

Op bestemmingsniveau komen alle actoren bij elkaar

Waarde en gevoel achter Agenda Bewuste Bestemmingen

CELTH stelde de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB) op. In het vorige nummer van R&T stond een weergave van de ambities en acties uit die agenda. Maar wat hebben bekende vakgenoten voor gevoel bij de ABB? Bijzondere gesprekken die richting geven aan de toekomst van toerisme in de Lage Landen.

Tekst: Peter Bekkering en Marc Gerlings

De 5 thema's van de Agenda Bewuste Bestemmingen

1

Leefomgeving

Er bestaat een wederkerige relatie tussen het gastvrijheidsdomein en de leefomgeving van bewoners. Het domein is onderdeel van de leefomgeving en kan deze beschadigen maar ook doen opleven.

2

Human capital

Het gastvrijheidsdomein heeft behoefte aan meer data en inzichten in de arbeidsmarkt en de mogelijkheden die er zijn om werknemers te vinden, op te leiden, te laten 'groeien' en te behouden.

3

Organiserend vermogen

De complexiteit van bestemmingsmanagement, evenals het belang ervan, neemt toe: door de stormachtige groei van het domein (toerisme, recreatie, evenementen, festivals, horeca) is de roep om optimaliseren van de impacts toegenomen.

4

Smartness

Actuele, volledige en betrouwbare data op bestemmingsniveau zijn essentieel om sturing en richting te geven aan besluitvorming en ontwikkeling van o.a. ondernemers en beleidsmakers. Het gaat in dit thema om inhoudelijke data over vraag, aanbod en impacts als onderlegger voor alle strategische opgaven.

5

Vrijetijdsaanbod

Het robuust en gezond maken van het businessmodel op aanbiederniveau is cruciaal voor het gezond voortbestaan van het domein op lange termijn. Dit staat in relatie tot de andere vier thema's. De kwaliteit van de ervaring is de essentie van het domein; aanbieders willen graag meer inzicht in deze ervaring en de manier waarop deze kan worden gestimuleerd.

Jeroen Klijs: "Synergie tussen leven en beleven in plaats van dat het een tegenstelling is"

Jeroen Klijs is professor Tourism Impact on Society, docent, onderzoeker en verbonden aan kenniscentrum CELTH. Hij was betrokken bij het opstellen van de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB). "In de afgelopen anderhalf jaar zijn er bij het bouwen aan de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB) vijf thema's geïdentificeerd (zie linkerpagina), waarbinnen we kennisontwikkeling zien. Vervolgens hebben we binnen die thema's geïdentificeerd waar volgens ons de prioriteiten liggen, welke kennisvragen opgepakt zouden moeten worden, inclusief de bijbehorende onderzoeksvragen, en natuurlijk met welke partners. Dat kunnen partners uit de praktijk zijn, maar ook andere HBO's of andere universiteiten."

Zelf is Klijs onder meer verantwoordelijk voor het thema 'Leefomgeving'. "Bij dat thema zit een grote prioriteit bij het vaststellen van indicatoren voor brede welvaart. En de vraag hoe toerisme en recreatie kan bijdragen aan brede welvaart. Wat is de link tussen het aanwezig zijn van recreanten en toeristen en de aanwezigheid van faciliteiten voor deze groepen en de welvaart zoals die wordt ervaren door alle mensen in de maatschappij? Die vraag zie je op veel plekken terugkomen, maar we hebben er nog geen goed antwoord op. De eerste winst van de ABB zou voor mij zijn als we daarin meer inzicht krijgen."

Klijs wijst erop dat de vijf thema's van de ABB nadrukkelijk met elkaar samenhangen. "Neem de vraag over indicatoren voor brede welvaart. Dat heeft te maken met het thema leefomgeving maar ook met het thema smartness. En als je er vervolgens mee wilt gaan werken krijg je met het thema organiserend vermogen te maken. Eigenlijk zijn de thema's kolommen waar de vraagstukken dwars door heen gaan." De ABB is ook een stok achter de deur. "Nu hebben we de prioriteiten per vraagstuk geïdentificeerd en over vier jaar willen we daar stappen in gezet hebben. De ABB dwingt ons – en hopelijk ook alle partijen die het samen met

ons gaan doen – om op alle vijf thema's voldoende voortgang te boeken."

In het rapport Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie beargumenteerde CELTH dat het gastvrijheidsdomein op heel veel manieren bijdraagt aan de maatschappij: economisch, sociaal en tot op zekere hoogte ook ecologisch. "Daarbij gaat het ook om manieren waarvan beleidsmakers zich soms niet eens bewust zijn. Als er bijvoorbeeld wordt gewerkt aan een inclusieve bestemming wordt niet meteen gedacht aan de gastvrijheidssector. Terwijl uit studies blijkt dat je bepaalde sociale vraagstukken wel gedeeltelijk via de gastvrijheidssector kunt oppakken en dat samen kunnen recreëren een bijdrage levert aan de inclusiviteit. Als je er als beleidsmaker voor kiest om de gastvrijheidssector een rol te laten spelen bij zo'n vraagstuk zou dat ook inhouden dat je als beleidsmaker daarvoor dan middelen vanuit andere potjes – bijvoorbeeld welzijn – beschikbaar stelt."

Voor Klijs sluit het streven naar een leefbare bestemming niet per definitie groei uit. Wel hangt het af van de regio. "In Amsterdam is groei geen optie. Tegelijkertijd spreek ik ook mensen uit andere delen van het land, waar groei wel degelijk gewenst is. Omdat meer bezoek aan hun bestemming een bijdrage kan leveren aan de faciliteiten die er ook zijn voor bewoners. Zoals bijvoorbeeld buslijnen en pinautomaten. Wel vind ik dat leefbaarheid centraal moet staan en dat de vraag moet zijn: hoe levert het gastvrijheidsdomein de meest optimale bijdrage aan de leefbaarheid."



Ondertussen ziet Klijs dat de ABB steeds beter aansluit bij de vraagstukken waar DMO's mee komen. "Neem Breda Marketing. Die hebben de stap gezet, net als veel andere DMO's, om niet langer een pure marketingorganisatie te zijn, gericht op meer bezoekers, die langer blijven en meer besteden. Ze kijken nu meer naar het type bezoekers en hun bijdrage aan leefbaarheid en aan de juiste mix van bewoners en bezoekers. Als je die stap zet, zit je al in het denken over een bewuste bestemming. Iets vergelijkbaars zie ik ook bij Toerisme De Baronie. Zij willen ook samen met de ondernemers nadenken over wat ze willen aanbieden aan hun bezoekers maar wel op zo'n manier dat bewoners er uiteindelijk ook beter van worden."

"Momenteel hebben we een aantal projecten die misschien formeel niet onder de ABB vallen, maar die wel op dit punt synergie zoeken. Een voorbeeld is een project in Overijssel waarbij we bezoekers via WhatsApp naar onontdekte plekken hebben gestuurd waar ze vervolgens – zo bleek uit onderzoek – net zo'n leuke ervaring hadden als op de bekende plekken. Maar wel op zo'n manier dat de drukte op de hotspots afneemt. Met die aanpak waarborg je de kwaliteit van de ervaring voor de bezoeker en tegelijkertijd integreer je spreidingsgedachte vanuit bestemmingsmanagement. Bewoners worden er beter van en bezoekers ervaren dat ze geen overlast veroorzaken maar dat ze echt worden gewaardeerd. Op zo'n manier krijg je synergie tussen leven en beleven in plaats van dat het een tegenstelling is, waarbij kwaliteit van beleven ten koste gaat van de kwaliteit van leven."

Jeroen Klijs:
"De thema's zijn
kolommen waar de
vraagstukken dwars
doorheen gaan"

Peter Bergmans: "Ik zie die focus op economie en betaalbaarheid vooral bij beleidsmakers die de negatieve effecten van de groei nog niet bereikt hebben"

Peter Bergmans is senior-adviseur Gebiedsadvies en Leisure bij advies- en ingenieursbureau Sweco. Daarbij legt hij puzzels tussen allerlei sectoren en thema's zoals natuur, waterbouw, klimaatadaptatie, recreatie en cultuur in met name het buitengebied. Hij kijkt vanuit een breder gebiedsontwikkelingsperspectief naar leisure en ziet dat mooi terugkomen in de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB). Hij gebruikt daarbij een voorbeeld: de verzwaring van de dijk tussen Hoorn en Amsterdam. "Het is een monumentale dijk met cultuurhistorische waarde, waarbij de waterveiligheid in het geding is en versterking dus nodig is. Versterking met klei tast echter de monumentale waarde aan. Daarom is in Hoorn gekozen om met een zandplaat er een oeverzone voor te creëren, waardoor de monumentale dijk in stand blijft. Met de zandplaat creëren we tegelijkertijd een stadsstrand. Met zo'n aanpak koppel je de functies waterveiligheid, cultuurhistorie en recreatie en creëer je natuurwaarden. Bovendien krijg je er economie omdat het stadsstrand een belangrijke regionale functie gaat krijgen, waar ondernemers brood in gaan zien. Dit project was er nooit gekomen wanneer je het alleen vanuit recreatie of alleen vanuit dijkverzwaring had bekeken, want dan was het te duur geweest. Nu betalen de samenwerkende overheden daarentegen de extra kosten omdat ze de gezamenlijke waarde ervan inzien. Op zo'n manier scoor je goed op de drie P's: people, planet en profit." Het voorbeeld brengt Bergmans bij zijn stokpaardje: "Ik zie het als uitdaging van de leisure sector om niet alleen de eigen problemen en uitdagingen in ogenschouw te nemen, maar om ook met een bril van binnen naar buiten en van buiten naar binnen te kijken. En vragen te stellen als: wat zijn nu de gebiedsopgaves op het gebied van zaken als CO2, stikstof, klimaatadaptie, natuurontwikkeling en energietransitie? En: hoe kan ik als sector of bedrijf ook een oplossing bieden voor die opgaves."

Als je dat gaat doen, ga je de multiplier inzetten en op meerdere gebieden waarde creëren. En je zorgt ervoor dat de door de NBTC vaak aangehaalde optelsom van kosten en baten, kijkend naar de drie P's, onderaan de streep positief is." Bergmans voegt daar nog iets aan toe: "De uitdaging is om met meervoudige verdienmodellen ervoor te zorgen dat die optelsom voor elke gebiedspartij positief is." Hoewel hij enthousiast is over de ABB, blijft Bergmans ook kritisch: "Wat ik mis in de ABB is meer focus op de gebiedsopgave en meer focus op werken vanuit het DNA van het gebied. Als je namelijk meer naar het DNA van het gebied kijkt en op basis daarvan je toeristische ontwikkeling invult, dan zul je zien dat je sneller scoort op de P van Planet en dat het ook eerder 'klopt' tussen de oren van de mensen. Zelf had ik het naast de huidige vijf thema's toegevoegd als zesde thema." Door te kijken naar het DNA van een gebied zie je ook eerder wat wel of niet ergens past, zegt Bergmans. "Zo zit toerisme in het DNA van een stad als Valkenburg aan de Geul. Inwoners zijn er trots op en accepteren ook wat bij toerisme hoort. Door dat DNA kan in Valkenburg aan de Geul meer dan in een vergelijkbare plek verderop waar bewoners niet gewend zijn aan de zaken die toerisme met zich meebrengt." Bovendien heeft het denken vanuit het DNA van een gebied nog een voordeel.



Bergmans: "Het helpt het gebied maar ook de vrijetijdssector als geheel om zich te onderscheiden."

Bergmans merkt dat denken in de waarden het gesprek opent met partijen zowel binnen als buiten de vrijetijdssector. "Bijvoorbeeld een waterleidingsbedrijf merkt dan dat we als sector ook oog hebben voor hun belangen." Hij haalt opnieuw een voorbeeld aan: "Laatst haalden we bij een ondernemersvergadering in Oisterwijk de benadering met de drie P's aan. De ondernemers zagen vervolgens in dat ze bij de P van People dankzij de hospitality in hun genen veel meer konden betekenen: bijvoorbeeld door waarde toe te voegen met nieuwe doelgroepen."

Bergmans vindt de agenda niet complex. "Integendeel, ik vind de ABB juist overzichtelijk. Het is nu nog een 2D-puzzel. Dat verandert wanneer je een thema als 'denken vanuit het DNA van een gebied' eraan gaat toevoegen. Dan wordt het een 3D-puzzel."

Hij ziet nog wel een uitdaging voor beleidsmakers: andere keuzes durven maken. "Je ziet nu nog dat economie en betaalbaarheid van voorzieningen te vaak voor veel partijen leidend is in het denken. Als je het vervolgens alleen vanuit de sector benadert kan die balans nog wel eens onbetaalbaar zijn. Als je het echter ook vanuit andere opgaves benadert, zie je ook andere profits komen die wel in de afweging een rol gaan spelen. Met als gevolg dat je bepaalde keuzes vervolgens wel durft te maken. Ik zie die focus op economie en betaalbaarheid overigens vooral bij lokale beleidsmakers en beleidsmakers die de grenzen van de groei nog niet bereikt hebben. Want locaties als Texel en Valkenburg hebben bijvoorbeeld wel al door dat ze aan de grenzen van de groei raken. Andere gemeenten hebben die problemen nog niet maar koersen er soms wel al op af."

Peter Bergmans:
"Als je toerisme ook vanuit andere opgaves benadert, zie je andere profits komen"

Stefan Hartman: "De vrijetijdssector is onderdeel van de economie en we kijken ook vaker naar de opbrengsten in de vorm van geluk, welzijn en brede welvaart." Stefan Hartman is programamanager van het European Tourism Futures Institute (ETFI) onderdeel van NHL Stenden Hogeschool. Volgens hem speelt de Agenda Bewuste Bestemmingen in het vrijetijdsdomein overall, maar zijn er wel regionale verschillen. Hartman wijst erop dat er ook een maatschappelijke en een beleveniscomponent is die moet worden meegenomen. "Dat is ook de discussie nu: er moet niet meer alleen naar economie worden gekeken, maar ook naar geluk, welzijn en brede welvaart en naar het sociale en maatschappelijke. Ik zie het ook als onze taak om die boodschap goed over het voetlicht te brengen."

Bij dat alles moet niet een bepaalde stakeholder binnen het vrijetijdsdomein prioriteit krijgen, aldus Hartman: "De prioriteit moet liggen bij wat in de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB) 'het organiserend vermogen' wordt genoemd: het bijeenbrengen van de stakeholders want dat gaat niet overall even eenvoudig. En dat komt ook omdat er zulke uiteenlopende bedrijven zijn en bijvoorbeeld een watersportondernemer niet direct de link ziet met cultuur. Terwijl de bezoeker die link misschien wel ziet." Hartman erkent dat 'organiserend vermogen'

een lastig thema is: "Er gaat namelijk veel energie in terwijl je niet meteen ziet wat het oplevert." Hartman hoopt dat door te investeren in organiserend vermogen er in het vrijetijdsdomein een ketenbenadering ontstaat. De overheid heeft daarbij de taak om het vlot te trekken: "De overheid moet faciliterend bezig zijn om die partijen bij elkaar te zetten. Vervolgens moeten die partijen in samenspraak besluiten wat ze verder gaan doen. Als je dat niet doet, blijf je die kleine versnipperde sector en dan worden partijen niet gezien. Ik zie overigens wel goede voorbeelden van samenwerkingen zoals de Toerisme Alliantie Friesland en Gastvrij Overijssel." Op de vraag of het beleid in het vrijetijdsdomein niet langer gericht moet zijn op groei maar zich moet richten op een leefbare bestemming komt Hartman met een genuanceerd antwoord. "Op sommige plekken is groei namelijk wel de manier om tot een leefbare bestemming te komen. Op zulke plekken is de sector vaak nog onderontwikkeld en nog niet in staat om een bepaalde impact te hebben. In zo'n geval is een bepaalde schaalgrootte juist wel nodig." Dit alles kan ook tot gevolg hebben dat beleidsgeld voor het vrijetijdsdomein voortaan op een andere manier wordt ingezet. "Traditioneel ging het geld voor toerisme en recreatie naar routes of promotie. Ik vind dat dat wel breder mag. Andersom ook overigens: beleidsmakers mogen wel slimmer

gaan kijken hoe investeringen in bijvoorbeeld landschap, natuur, de stikstofproblematiek, vaarwegen en de infrastructuur gaan renderen voor de vrijetijdseconomie. Nu is het vaak nog zo dat in omgevingsvisies recreatie en toerisme geen onderwerp is. Toerisme is onderdeel van gebiedsontwikkeling maar zo wordt het vaak in beleid nog niet aangepakt. Daarnaast past dit alles ook in de brede welvaartsdiscussie en de uitdaging hoe tot brede welvaart te komen."

Een lastig thema binnen de ABB is volgens Hartman 'human capital'. "Dat komt ten eerste omdat mensen er minder een beeld bij hebben dan bij 'smartness' of 'leefomgeving'. En ten tweede omdat het erg versnipperd is binnen het vrijetijdsdomein. Waarom zou iemand in de cultuursector zich bezig moeten houden met de problematiek rond human capital op vakantieparken? Toch komen in leisure opleidingen al die sectoren bij elkaar." En daarnaast is er nog de concurrentie met andere sectoren. "Human capital speelt niet alleen in het vrijetijdsdomein maar ook in allerlei andere sectoren zoals bijvoorbeeld de bouw, de zorg en de logistiek." Hartman benadrukt waarom human capital zo'n belangrijk thema is voor het vrijetijdsdomein: "Juist hier geldt: mensen maken de sector."



Stefan Hartman:
"Beleidsmakers
mogen wel
slimmer kijken
hoe investeringen
in landschap,
natuur en de
infrastructuur gaan
renderen voor de
vrijetijdseconomie"

Joris Pieter Neuteboom: is beleidsadviseur Toerisme & Recreatie bij de provincie Noord-Holland. Voor hem staat de Agenda Bewuste Bestemmingen niet op zich: "Je moet de Agenda Bewuste Bestemmingen in relatie zien tot de landelijke visie Perspectief 2030 en het Rli-rapport Waardevol toerisme. Die drie samen vormen voor mij de leidraad hoe we in Nederland en voor mij specifiek in Noord-Holland aankijken tegen de ontwikkelingen in het gastvrijheidsdomein: hoe we daarmee de komende jaren mee aan de slag moeten, voor welke uitdagingen we daarbij staan en wat er nodig is om die uitdagingen het hoofd te bieden." Hij legt uit waarom samenhang voor hem cruciaal is: "De ABB is vooral het werkprogramma voor CELTH. De ABB heeft echter een relatie met allerlei ontwikkelingen die er landelijk lopen. Naast de bovengenoemde twee is dat bijvoorbeeld ook de Landelijke Data Alliantie (LDA), want ook het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) is bezig met data, kennis en de implementatieontwikkeling." Neuteboom ziet het als een positieve ontwikkeling: "Al die initiatieven laten zien dat het vrijetijdsdossier in Nederland meer volwassen aan het worden is. Perspectief 2030 heeft dat in een stroomversnelling gebracht en ook mezelf gedwongen op een andere manier naar mijn dossiers te kijken. Met een andere benadering en met ander vraagstukken. Het is mooi dat CELTH met de ABB en de stappen die gezet worden op het gebied van data en kennisontwikkeling daarbij nu partijen lokaal, regionaal en nationaal kan ondersteunen."

Voor Neuteboom is het cruciaal en noodzakelijk dat er op een andere manier naar het vraagstuk wordt gekeken, zodat hij er in 'zijn' provincie mee aan de slag kan. "Nu is de ABB daarbij voor mij nog voornamelijk een denkframe. De vijf thema's – Leefomgeving, Human capital, Organiserend vermogen, Smartness en Vrijetijdsaanbod – adresseren bovendien de vraagstukken waar wij mee te maken hebben." Vervolgens gaat hij in op het thema, de maatschappelijke waarde. "Het vrijetijdsdossier is lange tijd economisch ingestoken. CELTH heeft goed ingeschat dat je de toegevoegde waarde van de maat-

schappelijke waarde ook moet kunnen staven met een goede onderbouwing." Hetzelfde geldt voor data. "Data zelf zijn leuk, maar hoe vertaal je dat in daadwerkelijk beleidsmatig aan de slag gaan met de bewuste bestemming en de leefomgeving? En ook bij Human Capital heb je cijfers en inzichten nodig, onder meer om de urgentie ervan richting het ministerie te onderbouwen. Want we kunnen als sector nog zoveel ambities hebben, zonder handjes kunnen we die niet waarmaken."

Neuteboom mist wel duidelijk een element in de ABB: "De Agenda kijkt erg naar de aanbodzijde. Ik mis inzichten hoe de vraagzijde zich ontwikkelt in bijvoorbeeld gedrag en wensen en het vrijetijdsgedrag van eigen inwoners. In dit hele vraagstuk moet er ook voldoende aandacht zijn voor het vrijetijdsgedrag van onze eigen inwoners en niet alleen toeristen, aangezien ook dit in kwantitatieve zin verder gaat toenemen en cruciaal is als we het hebben over leefbaarheid. Dus de blik op bezoekers in brede zin."

Hij onderschrijft de stelling dat de tijd van groei, met op iedere bestemming meer mensen die langer verblijven en meer besteden, voorbij is: "We moeten af van ongebreidelde groei en naar doordachte en slimme groei." Hij legt uit: "We moeten meer kijken naar wat de toegevoegde waarde is van toeris-

me en recreatie op economisch, ecologisch en sociaal gebied is voor bestemmingen en wat dat betekent in kwantitatieve en kwalitatieve zin. Je gaat kortom kijken wat toerisme bijdraagt aan een bewuste bestemming in plaats van dat toerisme alleen maar consumeert. Dat alles betekent overigens dat er in Nederland en in Noord-Holland nog altijd voldoende plekken zijn, waar er een kwantitatieve groei kan zijn." Neuteboom ziet dat door ABB de focus bij het toerismedossier is verschoven van alleen economisch naar de balans tussen economisch, sociaal en ecologisch. "Vervolgens kan het per bestemming verschillen waar het zwaartepunt ligt." Daarnaast voorziet hij ook een verschil in rol en de allocatie van budgetten. "Zo verwacht ik een verschuiving van meer marketingbudget naar meer managementbudget. Als provincie investeren we al veel in onze managementrol. Dat doen we zodat we alles in goede banen kunnen leiden, zodat we de juiste keuzes maken en zodat we daadwerkelijk de bewuste bestemming kunnen zijn."



Joris Pieter Neuteboom: "Al die initiatieven laten zien dat het vrijetijdsdossier in Nederland meer volwassen aan het worden is"

Conrad van Tiggelen: is Director Strategy & Branding bij NBTC. Volgens Van Tiggelen past de Agenda Bewuste Bestemmingen (ABB) helemaal in het verhaal dat NBTC in 2018 gepresenteerd heeft namens de sector, waarbij toerisme wordt gezien als iets waar iedereen profijt van heeft als iedereen de waarde ervan inziet. "De ABB sluit met het concretiseren van vijf hoofdthema's prachtig aan bij bestaande stukken zoals de landelijke visie Perspectief 2030 en het Rli-rapport Waardevol toerisme. Want ook daar zit de gedachte van 'bewuste bestemming' in. Daarnaast juich ik de bredere kijk van de ABB, waarbij het maatschappelijk belang centraal wordt gesteld, toe. Bovendien helpt de ABB door af te pellen wat de onderzoeksvragen zijn en door te inventariseren welke onderzoeken er al zijn en welke er nog gaan gebeuren."

Budget reserveren voor bijdrage maatschappelijke doelen

Van Tiggelen vindt dat beleidsmakers budgetten moeten reserveren om ervoor te zorgen dat hun basis op orde is. Zodat vervolgens invulling kan worden gegeven aan de bredere leefbaarheid. "Ik zie in de ABB dat voor beleidsmedewerkers bij toerisme er nog genoeg gedaan kan worden zoals focus op bewustwording en ontwikkelingen in kennis en data. Dat geldt misschien niet voor de echt grote steden, maar

als het uitgangspunt is dat we elke Nederlander bewust laten profiteren van bezoek aan een bestemming dan moeten beleidsmedewerkers in kleinere gemeenten daar wel budgetten voor reserveren. Waarbij steeds het uiteindelijk doel moet zijn: hoe kan ik toerisme laten bijdragen aan de bredere maatschappelijke opgaves?"

De ABB is een kennisagenda. Van Tiggelen heeft wel een duidelijk beeld welke onderwerpen daarbij verdere verdieping nodig hebben. "Als NBTC kijken we altijd naar hoe we met het gastvrijheidsdomein de sociaal-maatschappelijke en de economische waarde kunnen optimaliseren binnen de ecologische grenzen. Over die economische waarde hebben we al veel data en ook de ecologische aspecten krijgen we steeds beter op de radar, maar de onderzoeksagenda op de sociaal-maatschappelijke waarden met onderwerpen als draagkracht voor toerisme is nog onderbelicht. Ik denk dat er daarom met name op dat sociaal-maatschappelijk onderdeel een onderzoekswens vanuit de bestemming ligt richting de kennisinstellingen."

Om commitment te krijgen bij partners uit de gastvrijheidssectormarkt bij de thema's en ambities uit de ABB is het volgens Van Tiggelen allereerst nodig dat goed wordt geluisterd naar de partners in de markt en dat wordt gecheckt of de thema's inderdaad de thema's zijn waarop de partners onderzoek wensen. Idealiter vormt de uitwerking van de ABB een samenspel tussen onderzoek waar partners nu behoefte aan hebben en nieuw onderzoek dat toekomstige ontwikkelingen verkend en uitdagingen van morgen adresseert. Zo spelen we en in op wat er nu nodig is, maar zorgen we er ook voor dat we klaar zijn voor morgen.'

Roadmap Klimaatneutraal Toerisme

Het NBTC is zelf bezig met een Roadmap Klimaatneutraal Toerisme. Die roadmap is volgens Van Tiggelen goed te koppelen aan de ABB. "Verduurzaming en klimaatneutraal zijn weliswaar niet een specifiek thema in de ABB, maar ik zie het wel terugkomen in een thema zoals Leefbaarheid." Van Tiggelen wijst vervolgens op de Taskforce Gastvrijheidssector: "De Taskforce adresseert bepaalde onderwerpen. Als je op een slimme manier met de ABB daarop inspeelt kan het zorgen voor een zekere versnelling. Bij de Taskforce, maar ook bij de ABB. In die zin zie ik het echt als wisselwerking."

Van Tiggelen ziet de thema's uit de ABB als randvoorwaardelijk. "Het zijn thema's, waarop je moet acteren. Het zijn ook thema's die niet uniek voor Nederland zijn, maar waar ook andere landen in het noordwesten van Europa mee bezig zijn. Het is daarom niet zo dat Nederland zich hiermee kan onderscheiden, het is eerder omgekeerd. Als je als land niet met deze thema's aan de slag gaat heb je een probleem."

De interviews voor dit artikel zijn ingekort. De volledige versies van de interviews vind je op nrit.nl in de gelijknamige serie over de Agenda Bewuste Bestemmingen.



Conrad van Tiggelen:
"Als je als land niet met deze thema's aan de slag gaat heb je een probleem"