

Bijlage 1:
Toelichting ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie in Tubbergen en Twente
aanleiding voor een nieuwe organisatiestructuur in Tubbergen

1. Ontwikkelingen vrijetijdseconomie in Twente

Twente is een aantrekkelijke bestemming binnen Nederland, dat de toerist veel te bieden heeft. Jaarlijks worden er 3,4 miljoen toeristische overnachtingen gerealiseerd. Daarbij wordt circa 111 miljoen euro uitgegeven. De sector is van belangrijke economische betekenis in Twente. De werkgelegenheid binnen de vrijetijdseconomie is in de periode 2008-2014 fors gegroeid.

Van alle banen in Twente komt inmiddels 6% uit de sector vrijetijdseconomie.

Daarmee neemt Twente binnen Nederland een belangrijke plaats in. Het staat inmiddels binnen de top vijf van meest bekende toeristische regio's.

De sector vrijetijdseconomie biedt in Twente volop groeikansen. Echter, er is ook een aantal aandachtspunten in de sector, waarmee rekening gehouden moet worden zodat de groeikansen nog beter benut kunnen worden. Deze signalen kwamen van ondernemers en organisaties:

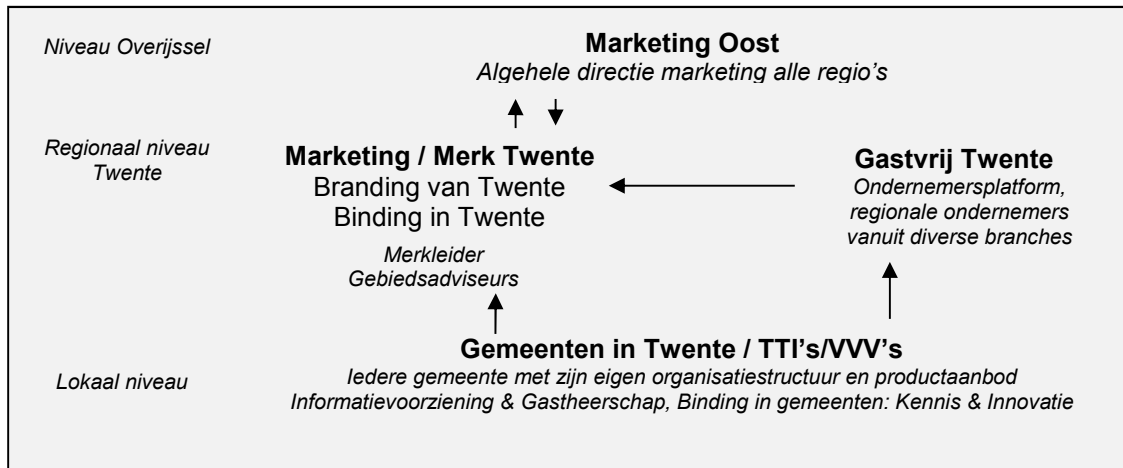
- Promotie en Marketing: Er is nog te weinig eenheid en gezamenlijke daadkracht in Twente.
- De Twentse overheden hebben tot nu toe de marketing en promotie van toeristisch Twente belegd bij TBT. De financiering vanuit Agenda van Twente loopt af in 2017. Bedoeld was dat TBT dan een eigen verdienmodel ontwikkeld zou hebben. Dat is niet gelukt. Het vermoeden is dat publieke funding noodzakelijk blijft.
- Samenwerking: Er zijn veel ondernemers in de vrijetijdseconomie in Twente. De afstemming en samenwerking tussen ondernemers, organisaties en overheid is niet optimaal. Ondernemers acteren meestal lokaal, hebben veel ideeën, maar weten onvoldoende daadkracht te ontwikkelen om deze ook daadwerkelijk uit te voeren.

Naar aanleiding van de constatering heeft Bureau Buiten in opdracht van de portefeuillehouders in Twente een visie op de Twentse vrijetijdseconomie geschreven. De visie markeert het beginpunt van hernieuwde samenwerking tussen ondernemers en overheid op het gebied van vrijetijdseconomie in Twente. Het uitgangspunt is dat ondernemers en overheden samen aan het stuur staan. De visie "Wij zijn Twente" is op 26 november 2015 voor de portefeuillehouders vrijetijdseconomie vastgesteld. Vanuit de visie wordt momenteel een aantal actielijnen uitgezet:

1. Nieuwe uitvoeringsorganisatie Marketing Twente onder MarketingOost

Per 1 januari 2016 is de backoffice van de marketing vrijetijdseconomie Twente georganiseerd in samenwerking met MarketingOost. De samenwerking met MarketingOost betekent voor Twente aanhaken op provinciaal niveau voor wat betreft de backoffice op het gebied van onderzoek, kennisoverdracht, online portal, financiële administratie, provinciaal en landelijk netwerk etc.. Het toeristische merk Twente blijven we laden vanuit en dóór Twente zelf. Dat gebeurt onder aansturing van 'Gastvrij Twente'. De ondernemers zijn in de 'lead' voor de marketing waardoor er een goede lokale binding en verankering tot stand komt. De lokale Tourist Info-punten (VVV's) hebben een rol in de lokale promotie waarbij promotieactiviteiten zoveel mogelijk gekoppeld worden aan Twentebrede activiteiten.

De organisatiestructuur van de marketing in Overijssel/Twente is onderstaand weergegeven:



2. Platform 'Gastvrij Twente'

Er is een platform 'Gastvrij Twente' opgericht waarin de Twentse ondernemers vertegenwoordigd zijn. Het platform fungeert als een Raad van Advies en is tevens het antwoord op het signaal van ondernemers dat de regie tot op heden vaak ontbreekt en de binding met het toeristisch merk 'Twente; Landgoed van Nederland' té beperkt is. 'Gastvrij Twente' werkt momenteel aan de volgende actiepunten: Benoemen van de kern- en merkwaarden Twente in relatie tot VTE; Campagne en Marketingplan Twente 2016; Verkenning en opstart congresbureau Twente; Marktbenadering Duitsland.

3. Meer regionale focus TTI's in Twente / nieuwe rol en taken TTI's/VVV's

Twentse gemeenten moeten meer sturen in hun relatie met de TTI's op meer regionale focus. In eerste instantie zal gestart moeten worden met het intensiveren van de samenwerking tussen TTI's op subregionaal niveau. Rol van de TTI's: lokaal gastheerschap, vullen database en 'lokale productontwikkeling'. De lokale Tourist Info-punten (VVV's) hebben een rol in de lokale promotie waarbij promotieactiviteiten zoveel mogelijk gekoppeld worden aan Twentebrede activiteiten.

Voor een goede aansluiting is het van belang dat de VVV's/TTI's zich richten op de volgende taken:

Voor Ondernemers & Stakeholder:

- Verbinden & Stimuleren: gericht op de lokale ondernemers en stakeholders.

De organisatie brengt vraag en aanbod in kaart om hiermee onderlinge samenhang en samenwerking te stimuleren en/of te versterken. Het doel is om samen met ondernemers een samengesteld lokaal product op te zetten.

- Kennis & Innovatie: de organisatie dient als vraagbaak voor ondernemers. De organisatie brengt de kennis over bezoekers, trends en marktontwikkelingen samen tot een eenduidige informatiebron voor de lokale vrijetijdsector.

Voor Consument:

- Informeren & Inspireren: het beheer van fysieke en digitale informatievoorzieningen (met informatie over de agenda, verblijfsaccommodaties, vermaak, horeca, evenementen, festivals, bezienswaardigheden, omgeving,...). Tevens lokale marketing en social media beheer (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ...).
- Gastheerschap: het fysiek 'opvangen' en gastvrij ontvangen van de toerist op locatie(s) binnen de gemeente met ondersteuning van voldoende informatie.

4. Financiering Marketing Twente

Voor het jaar 2016 en 2017 zijn pilotjaren voor de hiervoor genoemde samenwerking en om ondernemers meer in positie te brengen voor de marketing en promotie van Twente als toeristische regio. Het budget voor deze samenwerking – backoffice en (online) database – wordt in deze jaren gefinancierd uit de ‘Agenda van Twente’ en uit bijdragen van ondernemers en van Provincie Overijssel. Voor de jaren 2018 e.v. volgt een concreet voorstel. Uitgangspunt is dat financiering plaatsvindt door gemeenten, provincie én ondernemers.

2. Ontwikkelingen in Noordoost-Twente

In samenhang met de ontwikkelingen in Twente is parallel aan het traject in Twente in Noordoost Twente een proces doorlopen samen met ondernemers om te kijken naar de verbetering van de structuur en samenwerking in Noordoost Twente. De resultaten van de bijeenkomsten met toeristische ondernemers zijn in de bijlage toegevoegd. Kort samengevat zijn deze:

- Marketing voor één gebied: Twente
- Professionele marketingorganisatie met aansturing door een Raad van Twents Toerisme met 4 ondernemers uit de verschillende sectoren, een marketingdeskundige, een overheidsvertegenwoordiger en een vertegenwoordiger vanuit natuur/cultuur.
- Taak marketingorganisatie: regionale marketing van Twente: activeren, attenderen en adviseren.
- Taak VVV: lokaal gastheerschap, vullen database en ‘lokale productontwikkeling’ te financieren vanuit lokale ondernemers/bevolking. Geen marketingcommunicatie buiten Twente.
- Geen gebiedscoördinatoren, wel aanspreekpunten vanuit marketingorganisatie Twente om binding te versterken.
- Financiering: toeristische overheidsgelden en bijdragen ondernemers investeren in toeristische Twente Marketing.

3. Ontwikkelingen vrijetijdseconomie in Tubbergen: noodzaak van focus en structuur

Tubbergen is een aantrekkelijke toeristische gemeente die onderdeel uitmaakt van het Nationaal Landschap Noordoost Twente. Het aantal toeristische overnachtingen in Tubbergen in 2013 bedroeg 207.727. De vrijetijdssector heeft een belangrijke economische betekenis binnen de gemeente. De afgelopen jaren zijn er echter ontwikkelingen gaande die zorgen baren. Twente maakt een toeristische groei door. Gemeente Tubbergen blijft als gemeente cijfermatig achter binnen deze ontwikkelingen. Gebaseerd op de toeristenbelasting binnen gemeente Tubbergen is geconcludeerd dat, tussen 2011 en 2012 het aantal overnachtingen in gemeente Tubbergen met 4% is gedaald. (2011: 220.346, 2012: 212.110). Tussen 2011 en 2013 is dit percentage opgelopen naar 6% (2013: 207.727). Dit terwijl het aantal overnachtingen, gebaseerd op de recentste cijfers gepubliceerd in 2013, in regio Twente is gegroeid met 15% (2011: 3.093.000, 2012: 3.640.000). Voorgaande cijfers hebben zowel de gemeente als de ondernemers binnen de vrijetijdssector aan het denken gezet. Wat zijn de oorzaken van deze daling? Om op deze vraag antwoord te krijgen zijn er in 2015 diverse gesprekken gevoerd tussen gemeente en ondernemers binnen de vrijetijdssector. Belangrijke conclusies die daaruit getrokken konden worden waren:

- Er is geen gemeenschappelijke focus en toekomstrichting binnen gemeente Tubbergen. Binnen de gemeente bestaat er geen ‘kapstok’ waaraan evenementen, projecten, producten, activiteiten e.d. gehangen kunnen worden.
- De sector is versnipperd: samenwerkingen tussen overheid, ondernemers en organisaties is niet optimaal.

Naar aanleiding van deze uitkomsten hebben enkele betrokken ondernemers zich geconcentreerd in een werkgroep. De werkgroep en de gemeente hebben vanaf dat punt de handen ineengeslagen om te zoeken naar een gezamenlijke visie en om een betere samenwerkingsstructuur te creëren. De werkgroep heeft unaniem gekozen om niet in te zetten op de promotie van Tubbergen door middel

van slagzinnen e.d., maar heeft gekozen voor het realiseren van één grote publiekstrekker waarmee Tubbergen zich kan profileren. In dat perspectief is gekozen voor aansluiting bij een bestaand ambitieus concept: De Glinstering.

Focus op en keuze voor aansluiting bij GlasDNA / 'De Glinstering'

Om onderscheidend vermogen aan te brengen voor gemeente Tubbergen als toeristisch product binnen Twente dient Tubbergen zich sterk te profileren. Gebiedsprofilering betekend in simpele zin, 'het beleefbaar maken van het gebiedsDNA onder één duidelijke thema'. De afgelopen jaren heeft gemeente Tubbergen zich voornamelijk gepresenteerd i.p.v. geprofileerd met slogans als 'Wandelgemeente bij uitstek' en heeft zij zich ingezet op versnipperde thema's waaronder paarden, wandelen, licht, natuur, fietsen, glas etc.. Het nadeel van presenteren is, is dat het niet gericht is op beleving en afhankelijk is van variabelen; gemoedstoestand van de toerist, het weer, aanwezige beleving binnen andere gemeenten etc. Met alleen presenteren gaat ons huidig versnipperde toeristisch product het niet langer redden binnen Twente. Gemeente Tubbergen heeft focus en beleving nodig om toeristen naar gemeente Tubbergen te blijven trekken. Tubbergen moet uitgaan van hetgeen wat al aanwezig is in het gebied. Waar zijn we bekend om, wat is ons gebiedsDNA, en wat maakt ons uniek. De focus en het onderscheidend vermogen zijn gevonden binnen het thema glas. Door Glasrijk Tubbergen is gemeente Tubbergen al 20 jaar bekend om haar glasDNA. Glas is tevens een breed inzetbaar, laagdrempelig, product wat makkelijk te combineren is met andere huidige thema's binnen gemeente Tubbergen. Andere thema's zullen niet ondergesneeuwd raken, maar zullen zich in het kader van glas mee ontwikkelen. 'Gemeente Tubbergen; dé glasgemeente van Nederland', zal het uitgangspunt zijn waaruit de productontwikkeling gerealiseerd dient te worden. De eerste stappen om toe te werken naar deze focus en beleving te creëren zijn in 2015/2016 gezet binnen de ontwikkelingen van de Glinstering.

Het doel van de Glinstering is om te blijven bouwen aan verwondering. Dit betekent dat het project continu in beweging is en eigenlijk nooit af kan zijn, net als de Sagrada Familia in Barcelona. Iedereen kan aanhaken. Nieuwe projecten kunnen ontstaan maar ook bestaande initiatieven in de gemeente Tubbergen kunnen gaan 'glinsteren'. Het project beoogt hiermee op lange termijn positieve impulsen aan de economie, de werkgelegenheid, onderwijs, het toerisme en de woonomgeving te geven. De ambities zijn hoog: binnen 10 jaar 500.000 extra bezoekers. Hiervoor zetten de initiatiefnemers glazen bouwstenen in die met behulp van de kennis en kunde van kunstenaars, ambachtslieden, lokale ondernemers en de bewoners toegepast worden in verschillende projecten, bijvoorbeeld een glashotel of een glasatelier. De glazen bouwstenen vormen daarmee ook het symbool voor de visie en gezamenlijke inspanning van de Tubbergse gemeenschap. Het komende jaar moeten de eerste Glinsteringen worden gerealiseerd.

Evaluatie / constatering rondom de Glinstering

De raad heeft eind 2015 ingestemd met de focus en besloten een budget van 50.000 euro beschikbaar te stellen voor de pilotfase van de Glinstering. De ontwikkelingen rondom de Glinstering zijn momenteel in volle gang. De verwachtingen. Enkele constatering die nu gedaan kunnen worden zijn:

1. Innovaties laten zich niet lijden door tijd. De ontwikkeling van de glazen bouwsteen heeft langer geduurd dan verwacht, maar de bouwsteen is nabij. De verwachting is dat de vooraf gestelde resultaten nog steeds behaald kunnen worden. Echter, er is meer tijd nodig.
2. Het ontbreekt aan organisatiekracht in Tubbergen. Om de 'glas-beleving' te creëren dient er een organisatie te zijn die dit professioneel kan waarborgen. Tubbergen is al een glasgemeente, maar de stap naar dé glasgemeente van Nederland vergt organisatiekracht en professionals. De huidige ontwikkelingen omtrent de Glinstering leren ons dat, naast ontwikkelingskracht, professionele organisatiekracht gericht op communicatie, aanjaagfunctie en productontwikkeling belangrijk is om projecten van de grond te krijgen

3. Om daadwerkelijk dé Glasbeleving in Tubbergen te creëren zal er naast de Glinstering ook aandacht besteed moeten worden aan het ontwikkelen van andere glasinitiatieven, -evenementen en –producten. Glas dient als rode draad door gemeente Tubbergen te lopen. Glas zal zichtbaar, voelbaar en misschien met een beetje creativiteit zelfs hoorbaar, kortom beleefbaar, aanwezig zijn. Inzetten op glasDNA als toeristische ‘kapstok’ voor productontwikkeling, waar de Glinstering, Glasrijk en andere initiatieven parallel aan elkaar ontwikkelend worden is het uitgangspunt.

