

VRIJETIJDSECONOMIE IN DE GEMEENTE BORNE

Inventarisatiedocument

BUREAUBUITEN
economie & omgeving

Vrijetijdseconomie in de gemeente Borne

Inventarisatie en analyse

Aangeboden aan:
Gemeente Borne
19 januari 2023

Projectnummer: 2022-1753

Auteur(s):
Romy Beudeker-Beemsterboer MSc
Daphne van der Veer MSc
Drs. Ir. Anneke van Mispelaar
Saskia Roos MSc

Inhoudsopgave

1	***Inleiding***	***4***
1.1	*Wat staat er in dit inventarisatiedocument?*	*4*
2	***De betekenis van de vrijetijdseconomie in Borne***	***5***
2.1	*Toerisme en recreatie in de gemeente Borne*	*5*
2.2	*Economische en maatschappelijke betekenis*	*11*
2.3	*Waardering en gebruik van vrijetijdsvoorzieningen*	*13*
2.4	*Waar is behoefte aan?*	*16*
3	***Provinciale, regionale en lokale organisatie***	***17***
3.1	*Provinciale en regionale organisatie*	*17*
3.2	*Lokale organisatie*	*17*
3.3	*Voorbeeld organisatiemodel Oldenzaal*	*19*
4	***Marktanalyse- en perspectief***	***21***
4.1	*Inwoners*	*21*
4.2	*Gasten en overnachtingen*	*21*
4.3	*Dagrecreatie*	*22*
4.4	*Zakelijk toerisme*	*23*
4.5	*Toeristisch-recreatieve leefstijlen*	*24*
4.6	*Trends en ontwikkelingen*	*26*
5	***SWOT-analyse Borne***	***29***
6	***Toeristenbelasting en/of reclamebelasting***	***30***
6.1	*Voor- en nadelen toeristenbelasting*	*30*
6.2	*Mogelijke opbrengst toeristenbelasting in Borne*	*31*
6.3	*Alternatieven toeristenbelasting*	*33*
6.4	*Conclusie*	*34*
7	***Uitgangspunten voor de visie***	***35***
Bijlage 1 Leefstijlvinder		***36***
Bijlage 2 Actoren vrijetijdseconomie Borne		***37***

1 Inleiding

De gemeente Borne werkt aan nieuw beleid voor de vrijetijdseconomie. In deze notitie vindt u de analyses en inventarisatie die gemaakt zijn ten behoeve van de visie.

1.1 *Wat staat er in dit inventarisatiedocument?*

Het voorliggende inventarisatiedocument is een tussenproduct in de totstandkoming van de visie en bestaat uit:

- Een beschrijving van de huidige positie van gemeente Borne als toeristisch-recreatieve bestemming, inclusief de sociaaleconomische betekenis en de waardering en het gebruik van vrijetijdsvoorzieningen (hoofdstuk 2);
- Een marktanalyse- en perspectief, inclusief een totaalbeeld van de belangrijkste trends en ontwikkelingen (hoofdstuk 3);
- Een SWOT-analyse (hoofdstuk 4);
- Gemeente Borne heft op dit moment geen toeristenbelasting. Om erachter te komen of het ophalen hiervan gunstig is, zijn de mogelijke kosten en baten in kaart gebracht (hoofdstuk 5);
- Een aantal uitgangspunten voor de Visie Vrijetijdseconomie op basis van de voorgaande hoofdstukken (hoofdstuk 6).

Figuur 1 Een rustpunt in Borne (bron: eigen foto)



2 De betekenis van de vrijetijdseconomie in Borne

In dit hoofdstuk leest u hoe de vrijetijdseconomie er in gemeente Borne op dit moment voor staat.

2.1 *Toerisme en recreatie in de gemeente Borne*

Het Bornse DNA: noaberschap en gastvrijheid
De Bornse identiteit kan samengevat worden in twee steekwoorden: noaberschap en gastvrijheid[1]. De kracht van Borne zit hem in de kleinschaligheid en onderlinge betrokkenheid. De mensen kennen elkaar en er zijn veel sociale contacten tussen de inwoners. Er heerst een 'wij'-gevoel. De gemeenschap Borne wordt door haar inwoners als positief ervaren en met een 7,3 beoordeeld.[2]

De basis voor toerisme en recreatie in de gemeente Borne bestaat uit het centrum van Borne, de twee kerkdorpen Hertme en Zenderen, beschermd dorpsgezicht Oud Borne en natuur, landschap en erfgoed.

Goed bereikbaar in het hart van Twente
De gemeente Borne ligt in het hart van de regio Twente (zie figuur 2), heeft een treinstation en ligt in de directe nabijheid van rijkswegen A1 en A35.

Figuur 2 Kaart van Regio Twente met Borne in het midden van de regio (bron: Twentse Ambassade)



Borne: meer dan compleet
In de kern Borne zijn onder andere 33 horecagelegenheden en 9 culturele voorzieningen[3] gelegen. In het centrum van Borne zijn 87 winkels te vinden met een totaal oppervlakte van 21.400 m^2, waarbij het winkelaanbod voor 30% bestaat uit dagelijkse detailhandel. Bijzonder is het grote aanbod modehuizen. Uit het Koopstromenonderzoek blijkt dat bezoekers naar Borne komen voor bepaalde winkels en de kwaliteit van die winkels[4]. Op woensdagen is er een grotere markt en op vrijdagen en zaterdagen is er een kleinere markt in Borne. Daarnaast zijn er de bekende winkels als Albert Heijn, Lidl, Action, Hema en Wibra waar mensen hun dagelijkse boodschappen kunnen doen. Ook heeft Borne een aantal vers-speciaalzaken, zoals een slagerij en bakkerij. De kern Borne is

[1] Bron: Visiedocument Toeristisch Borne 2020-2025
[2] Bron: Toekomstvisie Mijn Borne 2030
[3] Concept commerciële visie Borne, 2021
[4] Bron: www.KSO2019.nl

hiermee bijzonder compleet, met als plus een aantal bijzondere smaakmakers zoals restaurant DORSET in het rijksmonument Villa Elisabeth, en het aanbod modehuizen.

Borne heeft een centrale plek in het textielverleden van Twente en textiel heeft Borne gemaakt tot wat het nu is. De textielhistorie is beleefbaar in museum Bussemakershuis en in het textiel gerelateerde erfgoed (bijv. Spanjaardshuis, Villa Elisabeth en het Witte Huis). Hierdoor staat Borne bekend als het modehart van Twente. Bekende modehuizen zijn Leurink mode, Morselt mode en Hesselink mode. Deze modehuizen trekken naast mensen uit Borne en de regio, ook klanten van ver buiten de regio.

Figuur 3 Het openluchttheater (bron: eigen foto)



Het Kulturhus de Bijenkorf in Borne is een multifunctioneel ontmoetingscentrum, waarin onder meer een filmhuis, theater, gitaarcafé, muziekschool en bibliotheek te vinden is. Ook verzorgt het Kulturhus congressen, vergaderingen en exposities.

Met dit meer dan complete aanbod scoort het centrum van Borne een 8,1 over de totale waardering van het centrumgebied. Daarmee hoort het centrum van Borne in de top vijf van best gewaardeerde centrumgebieden van Twente[5].

Interessante kerkdorpen

Hertme

Hertme is een klein dorp in een bosrijke omgeving. De grootste trekker is het openluchttheater. In de jaren 50/60 stond het theater bekend om de Passiespelen Hertme die daar jaarlijks werden georganiseerd. Nu staat het bekend om de programmering met diverse artiesten (relatie poppodium Metropool Hengelo) en het Afrikafestival. Dit festival trekt jaarlijks duizenden bezoekers vanuit heel Nederland en Europa. Uniek aan dit festival is dat het gedragen wordt door inzet van meer dan 300 vrijwilligers uit Hertme en omstreken. In Hertme zijn geen winkels. Wel is er rond het plein bij de kerk een horecagelegenheid en is onlangs het unieke Rijksmonument ‘Het Spookhuis’ verplaatst naar het terrein van het openluchttheater.

Zenderen

Zenderen is een oude kern binnen gemeente Borne. Het dorp speelde een belangrijke rol in het handelsverkeer over water vanwege de aanwezigheid van de Bornse Beek en de Azelerbeek. In Zenderen ligt het karmelietenklooster met aangrenzend een parochiekerk. Ook vind je in Zenderen het Carmelitessenklooster. Zenderen is gelegen aan de Europese wandelroute E11, ook wel bekend als ‘Het Marskramerpad’.

[5] Bron: Concept commerciële visie Borne, 2021

In Zenderen is het voorzieningenaanbod grotendeels geconcentreerd langs de hoofdstraat. Er zijn hier geen dagelijkse voorzieningen, als een supermarkt, maar vooral doelgerichte niet-dagelijkse aanbieders (zoals een winkel voor haarden en kachels en een winkel in sportvoeding). Er zijn in Zenderen meerdere restaurants en horecagelegenheden. Restaurant Het Seminar in Zenderen heeft een groene Michelinster. Daarnaast heb je in Zenderen de openbaar toegankelijke sortimentstuin de Kloostergaarde.

Figuur 4 Het karmelietenklooster (bron: eigen foto)



De Groene Poort in Borne kenmerkt het Bornse landschap
Het Bornse landschap, ook wel (met trots) 'de Groene Poort' genoemd behoort tot het DNA van de gemeente. Borne heeft een aantrekkelijk buitengebied waar men rust en ruimte kan vinden.[6] Het is een divers landschap: de openheid van de Zenderse Es, de diverse beken en het fraaie coulissenlandschap tussen Hertme en Zenderen. Het landschap is half open en deels besloten met een kleinschalig reliëf. In deze groene omgeving zijn meerdere landgoederen te vinden, waarvan landgoederen Weleveld en Twickel de bekendste zijn. Ook liggen er bijzondere complexen (religieus erfgoed) in het buitengebied, zoals Maria Mediatrix, de Zwanenhof, het Carmelitessenklooster en het Karmelietenklooster Zenderen. Daarnaast vind je in het buitengebied ook vergaderlocatie Erve Hondeborg. Borne kenmerkt zich ook door diverse beken (Azelerbeek, Bornsebeek en Oude Bornsebeek), iets vrij unieks in Twente.

Figuur 5 Sfeerimpressie landschap Borne (bron: Visit Borne)



Borne heeft veel zichtbaar en beleefbaar erfgoed
Borne heeft een beschermd dorpsgezicht 'Oud Borne' en met meer dan 40 gemeentelijke en rijksmonumenten is Borne rijk aan cultureel erfgoed. Hieraan ten grondslag ligt het feit dat Borne rond 1675 een belangrijk centrum was van de linnenhandel in Twente. Het textielverleden is op

[6] Belevingskaart van het Nederlandse landschap

verschillende manieren voelbaar en zichtbaar in Borne. Onder andere door een aantal karakteristieke monumenten en bekende modewinkels.

Een voorbeeld van een plek waar deze textielhistorie terug te vinden is is het Bussemakershuis, het enige overgebleven linnenhandelshuis in Nederland. Het museum ligt in het beschermd dorpsgezicht van Oud Borne en geeft als enige in Twente een unieke inkijk in de leefwijze van een fabrikeur en het textielverleden. Het historisch centrum van Borne heeft sinds 1991 het landelijk predicaat 'beschermd dorpsgezicht', dat onder meer bepaalt dat het stratenpatroon niet veranderd mag worden. Andere voorbeelden van (Rijks)monumenten zijn de voormalige Synagoge en de Doopsgezinde kerk aan de Ennekerdijk.

Ook kent Borne bijzonder immaterieel erfgoed. Zo wordt ieder jaar op eerste Pinksterdag de traditie van de Pinksterbruidjes voortgezet in Borne. Deze traditie staat ook op de Inventaris Immaterieel Erfgoed Nederland. Daarnaast zijn er het carnaval, het Paasvuur en de Palmpasenoptocht.

Figuur 6 Museum Bussemakershuis en de Pinksterbruidjes (bron: Visit Borne)



Een rijk evenementenaanbod

Naast het bijzondere evenementen die behoren tot het immaterieel erfgoed worden er in Borne verschillende lokale evenementen georganiseerd. De grootste zijn:

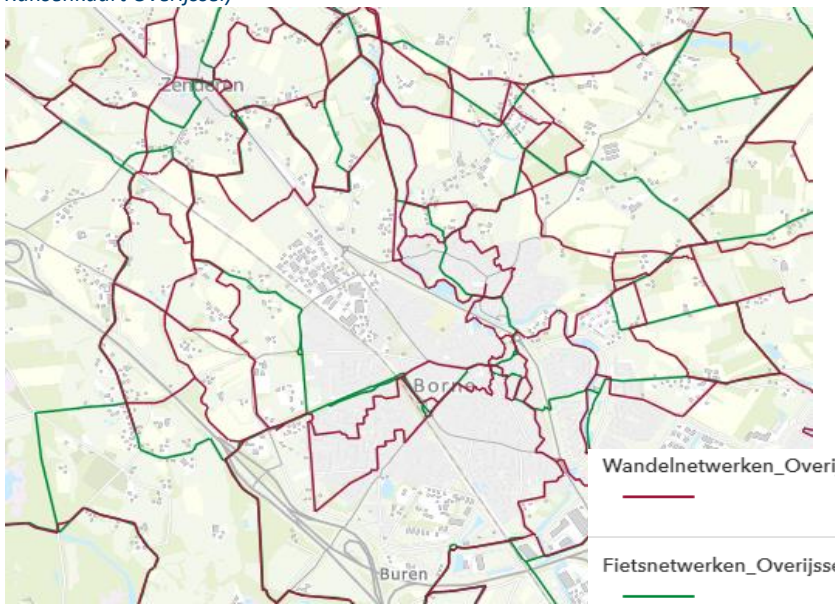
- Melbuul'ndagen: een vijfdaags evenement met straatartiesten, kraampjes, een braderie, een kofferbakmarkt, activiteiten (voor kinderen) en bandjes die optreden. Jaarlijks komen hier zo'n 75.000 bezoekers op af;
- Borne op z'n Best met een brocante markt, optredens van koren en orkesten, dansoptredens, kinderactiviteiten en 'Living Statues'. Jaarlijks komen hier zo'n 35.000 bezoekers op af;
- Volksfeesten Zenderen, met activiteiten voor jong en oud, muziek, foamvolleybal en vogelschieten;
- Het meerdaagse Afrikafestival in het openluchttheater in Hertme met bovenregionale aantrekkingskracht (circa 9.000 bezoekers per dag) en de openluchtconcerten die hier in samenwerking met poppodium Metropool worden georganiseerd;
- Koopzondagen, festiviteiten rondom Koningsdag en Bevrijdingsdag.



Figuur 7 De 'Living Statues' tijdens Borne op z'n Best (bron: VisitBorne)

Een uitgebreid wandel- en fietsnetwerk in Borne

Figuur 8 Wandelnetwerk en fietsnetwerk in gemeente Borne en omgeving (bron: Kansenkaart Overijssel)



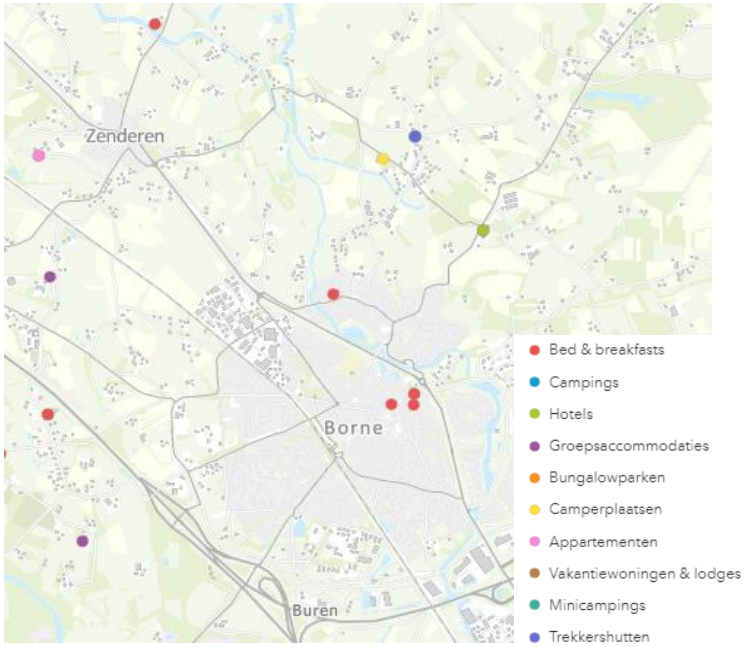
In de Groene Poort bevinden zich toeristisch informatiepunten (TIP's) bij Hertme, Azelo en de Graasweg en toeristisch overstappunten (TOP's) aan de Hertmerweg nabij Zenderen en bij Borne treinstation. Vanuit de TOP's kan het nabijgelegen landschap verkend worden met behulp van bewegwijzerde routes, opgedeeld in een nagenoeg gebiedsdekkend regionaal wandel- en fietsknooppuntennetwerk.

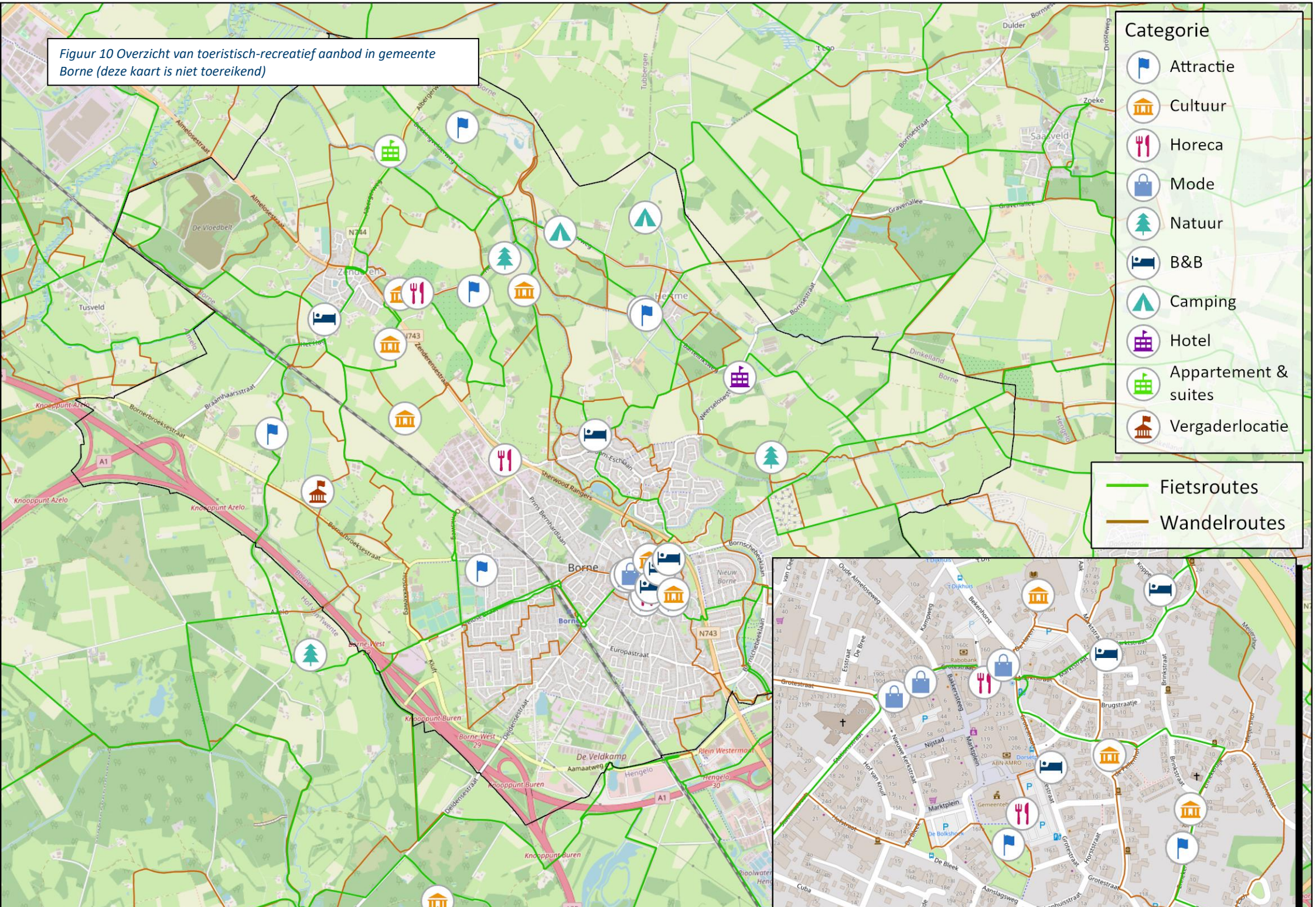
Over deze netwerken lopen een aantal themaroutes voor wandelen en fietsen. De meest bekende zijn het Kloosterpad Zenderen, het Marskramerpad, het streekpad Twentepad, de rode draad route en Rondje Borne.

Borne heeft een beperkt verblijfsaanbod

In de gemeente Borne zijn verschillende mogelijkheden om te overnachten. Er zijn een aantal B&B's, zoals Mooi Borne en de Zeilker. Bovendien zijn er twee campings waar bezoekers kunnen overnachten: mini-camping de Köller (20 kampeerplaatsen en 4 appartementen) en camper- en pleisterplaats Rabo Scheele (25 kampeerplaatsen). Ook is er een gratis camperplaats in Borne. Met 20 kamers is Hotel Jachtlust het enige hotel in Borne. Er zijn gemiddeld gezien weinig verblijfsaccommodaties en een groot hotel ontbreekt. In Hengelo, net over de gemeentegrens ligt wel een Van der Valk hotel met 203 kamers.

Figuur 9 Overzicht van het verblijfsaanbod in de gemeente Borne en omgeving. Deze kaart is niet uitputtend (bron: Kansenkaart Overijssel)





Figuur 10 Overzicht van toeristisch-recreatief aanbod in gemeente Borne (deze kaart is niet toereikend)

2.2 *Economische en maatschappelijke betekenis*

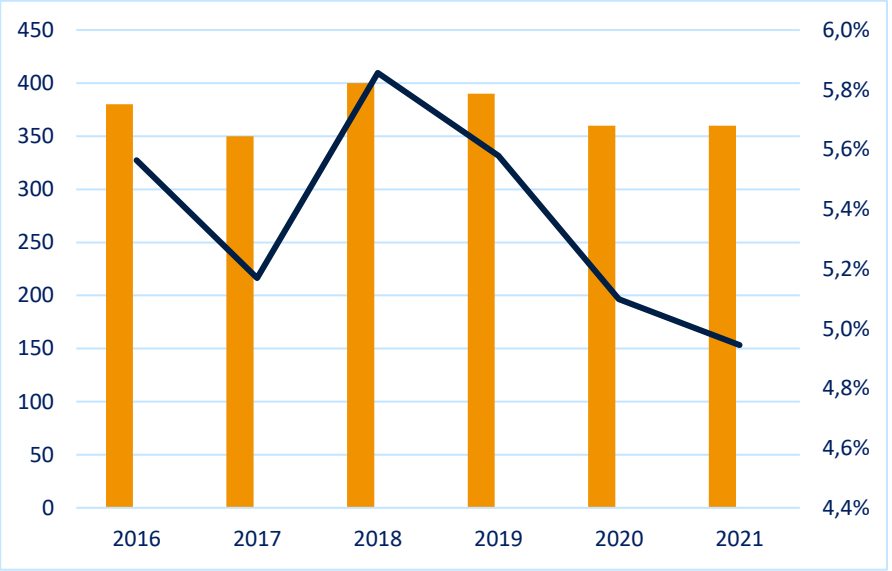
De vrijetijdseconomie is meer dan economie, en daardoor om meerdere redenen belangrijk voor Borne. We gaan hierna in op de sociaal-economische betekenis (werkgelegenheid, bestedingen, vestigingsklimaat) en de betekenis voor de leefbaarheid en gezondheid van de inwoners van de gemeente Borne.

Economische betekenis

In 2021 waren er in Borne 120 toeristisch-recreatieve vestigingen, in 2017 waren dat er 100. Het aantal banen in de sector in gemeente Borne is in de periode 2016-2021 gegroeid naar 360 banen. De sector is daarmee goed voor circa 4,9% van het totaal aantal banen in de gemeente. Gemiddeld gezien had een toeristisch-recreatief bedrijf in Borne in 2020 drie banen per vestiging, tegenover 4,6 in Overijssel en 3,8 in Nederland.

In vergelijking met Overijssel (6,0%) en Nederland (6,8%) is het aandeel van de toeristisch-recreatieve sector in de totale werkgelegenheid in gemeente Borne op dit moment nog beperkt. De kleinschaligheid van het aanbod is één van de redenen voor het beperkte aandeel van de toeristisch-recreatieve sector in de totale werkgelegenheid (zie figuur rechts). Gezien de markt (zie hoofdstuk 3) betekent dit dat er kansen zijn voor groei in toeristisch-recreatieve sector.[7] Deze kans voor groei, kan ook aangegrepen worden door in te zetten op (meer) city-marketing. Een grotere bekendheid zorgt ervoor dat de lokale bevolking, maar ook lokale winkels (zoals modezaken en bakkers) profiteren van toeristen. Dit versterkt de economische betekenis.

Ontwikkelingen in de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid van gemeente Borne (de donkerblauwe lijn geeft het aandeel van de banen in de toeristisch-recreatieve sector in het totaal aantal banen weer, in procenten) (bron: LISA, 2020)



Bestedingen van toeristen en recreanten

In 2021 is er ruim €181 miljoen besteed aan toerisme en recreatie in Twente (inclusief Sallandse Heuvelrug), ongeveer 20% hiervan betrof zakelijk toeristische bestedingen.[8] Omdat het grootste aandeel bestedingen komt uit de verblijfsaccommodaties, waar Borne er relatief weinig van heeft, zal een relatief klein deel van die bestedingen in Borne terechtkomen[9]. Tot 2017 zagen we een stijgende lijn in toeristische bestedingen in Twente. De cijfers bleven in 2018 en 2019 hangen rond de €180 miljoen en kwamen daar, met in 2020 een kleine zakking naar €151

[7] LISA (2020)

[8] De bestedingscijfers van 2021 zijn gebaseerd op de bestedingen per nacht van 2020. De cijfers over 2021 komen n.a.w. medio 2022.

[9] https://www.kennisplatformoost.nl/feiten_cijfers_twente/

miljoen (verklaarbaar door de coronacrisis) ook in 2021 op uit. Er is de afgelopen jaren dus geen sterke stijging in toeristische bestedingen te zien. De cijfers uit 2021 kunnen echter ook beïnvloed zijn door de coronacrisis, dus het is lastig hier een concrete conclusie en prognose voor Borne uit te trekken.

Borne centrum kon in 2019 rekenen op 109 miljoen euro bestedingen in de winkels, waarvan 31 miljoen (28%) toevloeiing (van buiten de gemeente). Dit aandeel is behoorlijk, maar als we kijken naar gemeenten van vergelijkbare omvang is het niet opvallend hoog. Van alle bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen in de gemeente Borne is 34% afkomstig van inwoners van buiten de regio, in de categorie mode en luxe is dit hoger (ca 50%).

Leegstand
De leegstand van winkelpanden is in de gemeente Borne stabiel op laag tot gemiddeld niveau (7% in 2019), ook tijdens de coronaperiode. Momenteel is er in Borne geen leegstand van monumenten. Veel Rijks- en gemeentelijke monumenten hebben een woonbestemming. Wel is er een lichte trant zichtbaar van herbestemming. De gemeente is selectief bij de invulling van leegstaande panden in het centrum. Belangrijk is dat het waarde toevoegt voor het centrum. Er worden samen met VisitBorne, de dorpsmanager en de ondernemers verschillende evenementen in het centrum van Borne georganiseerd, om een bezoek aan het centrum een beleving te maken, zoals de Koopzondagen (zie ook 2.1)

Belang van vrijetijdseconomie voor het vestigingsklimaat en leefbaarheid
Vrijetijdsaanbod speelt een rol in een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor bedrijven en bewoners, omdat het zorgt voor reuring, dynamiek en vitaliteit van een gemeente: de vrijetijdseconomie draagt bij aan het Bruto Twents Geluk. Voor bewoners is het belangrijk om in een mooie omgeving te wonen. Voor bedrijven is het belangrijk dat de vestigingsplaats aantrekkelijk is voor personeel.

In de gemeente Borne dragen de kwalitatieve horeca- en winkelvoorzieningen en de evenementen bij aan de identiteit en het imago. Bezoekers dragen bij aan de reuring en de gezelligheid en aan de vitaliteit van de kernen. Samen met de goede wandel-, fiets-, en sportmogelijkheden zorgt dit ervoor dat Borne populair is als vestigingsplaats voor bedrijven en bewoners.

Door de inrichting en uitstraling van de openbare ruimte en voorzieningen nog beter aan te sluiten op de verwachtingen en wensen van de bewoners én bezoekers, wordt Borne als woon- en vestigingsplaats nog aantrekkelijker. Zo zijn de inwoners van Borne hoofdzakelijk stijlzoekers (zie paragraaf 3.1 en bijlage), ook de woningen spelen hierop in. De buitenruimte en voorzieningen zouden hier nog beter bij aan kunnen sluiten. Bij stijlzoekers past een onderscheidende buitenruimte, bijvoorbeeld op het gebied van groen, beeldende kunst, verlichting en sportvoorzieningen.

Ook in Zenderen en Herme zorgen vrijetijdsvoorzieningen voor reuring, bestedingen en een fijn woonklimaat. Kansen om de bijdrage van de vrijetijdseconomie aan leefbaarheid en bruto Twents Geluk te versterken zijn bijvoorbeeld:

- Herbestemming en behoud van monumentale gebouwen of voormalige agrarische bebouwing;
- De ontwikkeling van agrarische neventakken zoals een landwinkel of B&B bij de boer;
- Productie en lokale consumptie van streekproducten door bezoekers of voor souvenirs of cadeaus (korte ketens). De Bornse Cadeaupas is hier al een goed voorbeeld van.

Gezondheid
De vrijetijdseconomie in Borne bestaat voor een groot deel uit voorzieningen voor wandelen, fietsen, actief buiten zijn en ontmoeten. Actieve vrije tijd buiten, met name voor ouderen, mensen met een

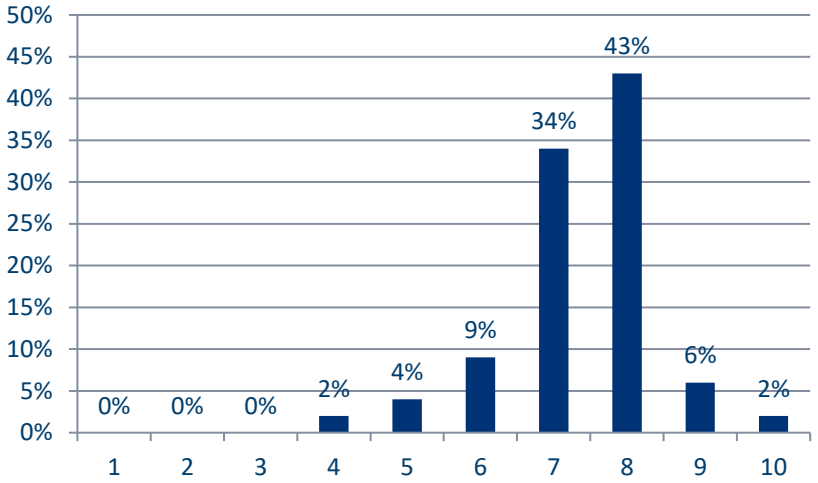
beperking en kinderen, is directe gezondheidswinst. Bewegen is preventief voor zowel mentale als fysieke klachten. En met het toenemend aantal eenpersoonshuishoudens is ontmoeten in de vrije tijd steeds belangrijker om bijvoorbeeld eenzaamheid te voorkomen, dat kan op een terras, bij de landwinkel, als vrijwilliger bij een evenement of in het verenigingsleven.

2.3 *Waardering en gebruik van vrijetijdsvoorzieningen*

We onderzochten hoe de inwoners aankijken tegen vrijetijdsvoorzieningen en de vrijetijdseconomie van Borne. hiervoor hebben we in juni 2022 een enquête uitgezet die door ruim 240 mensen is ingevuld (merendeels inwoners).

De inwoners van Borne geven vrijetijdsaanbod een voldoende
De meeste mensen geven het vrijetijdsaanbod in Borne een 8 of hoger. Gemiddeld komt dit uit op een 7,3 (zie figuur 11). De voorzieningen zijn dichtbij, gezellig en goed bereikbaar. Wanneer respondenten gebruik maken van recreatievoorzieningen buiten Borne doen zij dit veelal vanwege het ontbreken van een specifieke voorziening in de gemeente of omdat zij een andere omgeving willen ontdekken.

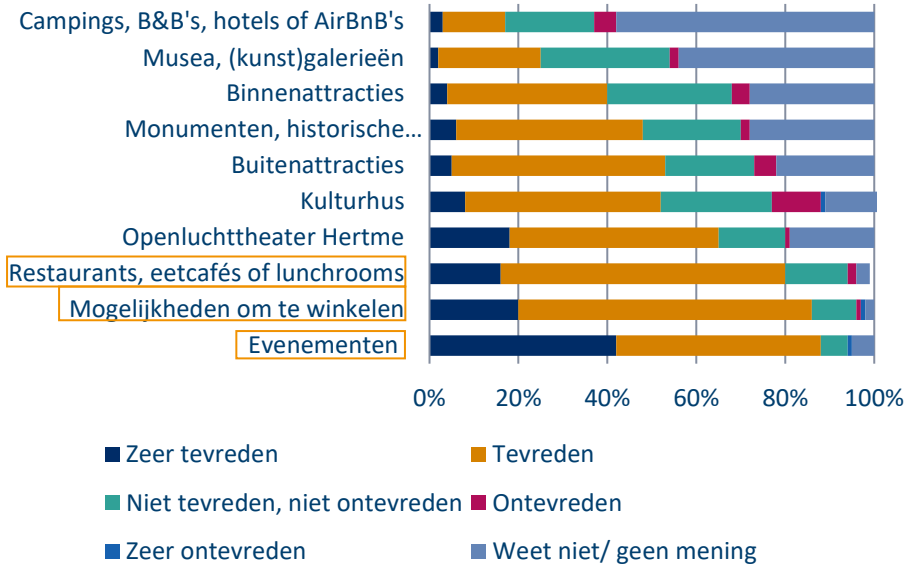
Figuur 11 Waardering recreatieve voorzieningen volgens inwoners Borne (N = 243)



61% van de respondenten (N = 172) zou Borne als toeristisch-recreatieve bestemming aanbevelen aan bekenden van buiten de gemeente. 60% van de inwoners vindt het leuk als meer recreanten en toeristen een bezoek brengen aan Borne. Daarbij moet dan vooral ingezet worden op bezoekers uit Twente. Opvallend is dat het merendeel het precies goed vindt qua rust/ drukte in de Groene Poort, Hertme, Zenderen en het centrum van Borne.

Tevreden over evenementen en mogelijkheden om te winkelen, minst tevreden over campings, B&B's en hotels

Figuur 12 Tevredenheid over vrijetijdsvoorzieningen (N=194)



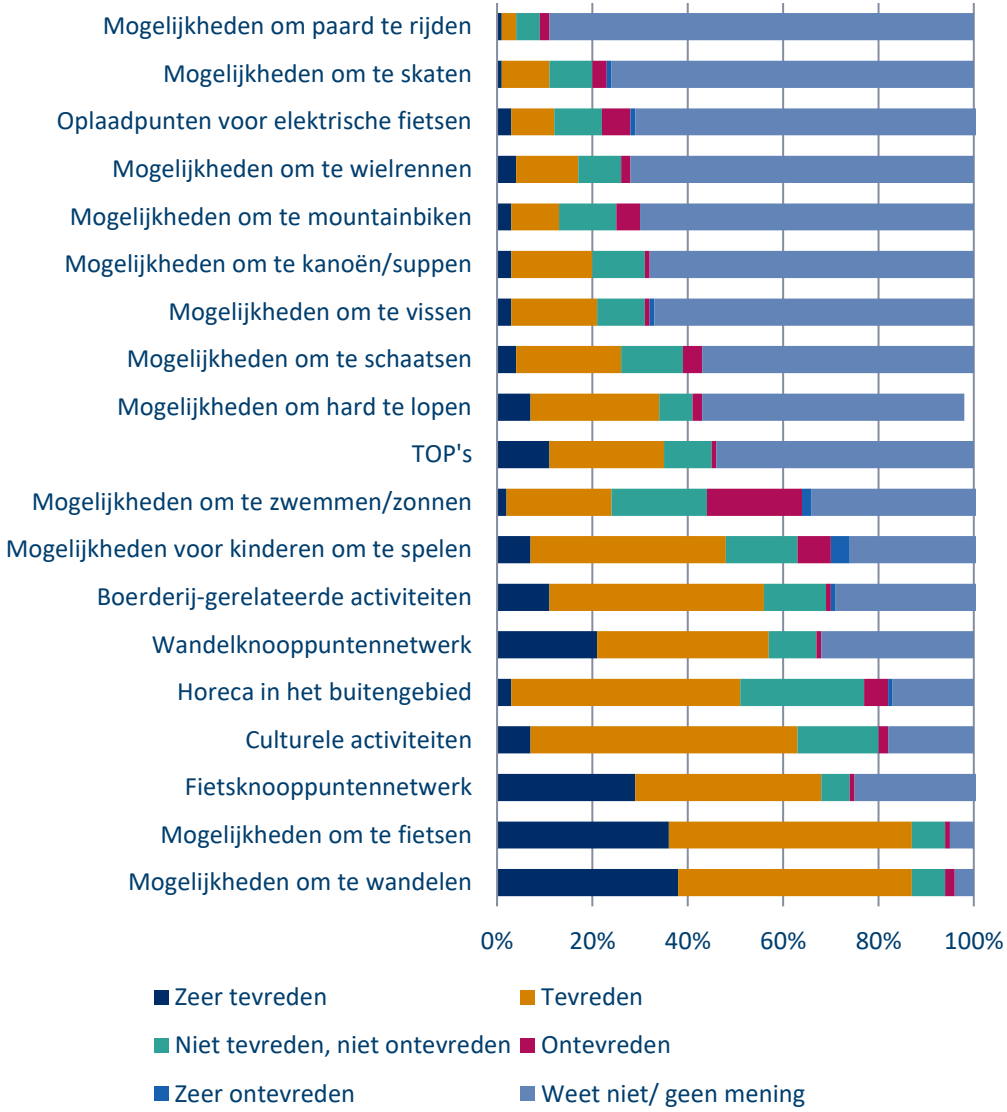
De voorzieningen waarover de respondenten het meest tevreden zijn, zijn eveneens de voorzieningen waar zij het meest gebruik van maken: evenementen, de mogelijkheden om te winkelen en de restaurants, eetcafés en lunchrooms.

Tevreden over mogelijkheden om te wandelen en fietsen, minst tevreden over mogelijkheden om te zwemmen

Op het gebied van buitenrecreatie zijn de inwoners van Borne het meest tevreden over de mogelijkheden om te wandelen en (recreatief) te fietsen (beide 87%), evenals culturele activiteiten. Dit zijn tegelijkertijd ook de buitenactiviteiten die de inwoners het vaakst ondernemen. Opvallend is zij ontevreden zijn over de mogelijkheden om te zwemmen/ zonnen en mogelijkheden voor kinderen om buiten te spelen (zie figuur 13).

Figuur 13 Buitenrecreatie Borne (bron: eigen foto)





Figuur 14 Tevredenheid over mogelijke buitenactiviteiten (N = 184)

2.4 *Waar is behoefte aan?*

Buitenattracties en mogelijkheden om te zwemmen/ zonnen

Ongeveer 6o% van de respondenten geeft aan dat de gemeente Borne recreanten en toeristen veel te bieden heeft. 40% van de respondenten gaf aan dat zij voorzieningen voor vrije tijd missen in de gemeente Borne (zie figuur 15). 35% daarvan geeft aan buitenattracties, zoals een dierentuin of speeltuin te missen. 31% geeft aan 'anders' en mist voorzieningen zoals een bowlingbaan, recreatie voor kinderen in het centrum, een buitenzwembad, speeltuin of (meer) camperplekken. Inwoners van Borne maken daarentegen weinig gebruik van buitenattracties (slechts 4% doet dat meer dan 1 keer per maand).

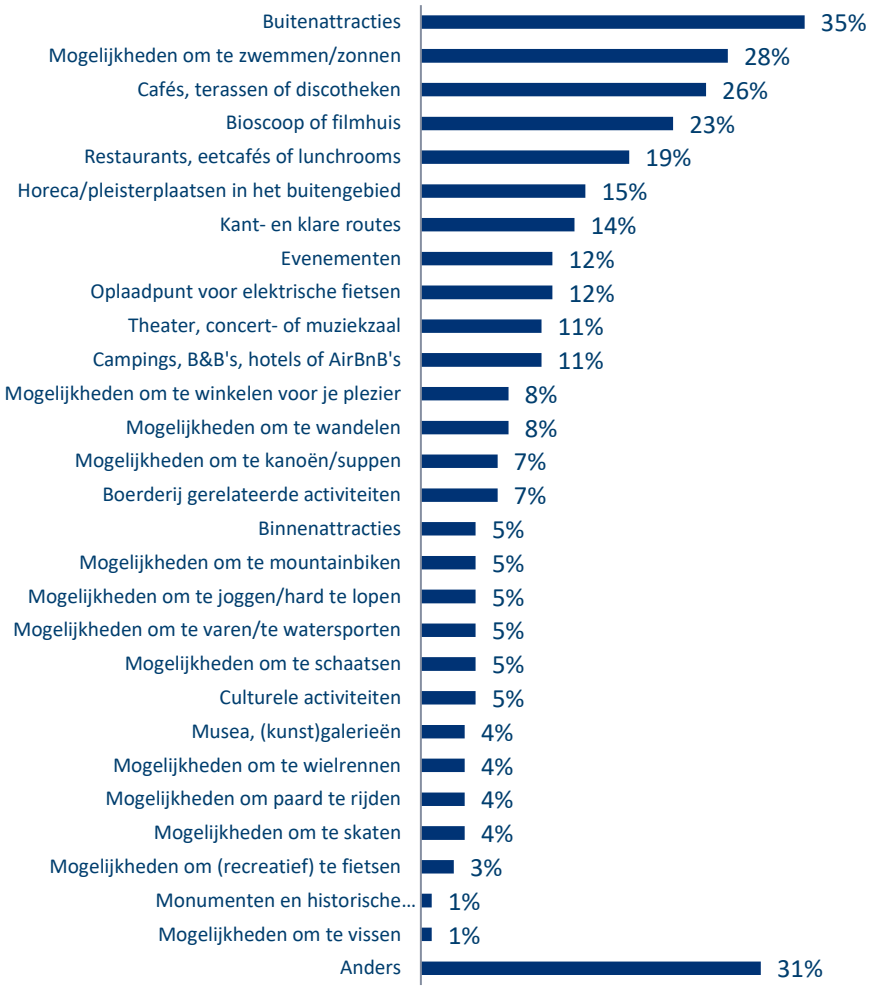
Van de respondenten geeft 48% (N = 172) geeft aan dat er meer dagrecreatief aanbod ontwikkeld mag worden in de gemeente. Bij de ontwikkeling van nieuw dagrecreatief aanbod en/of verblijfsrecreatief aanbod vindt 55% dat dit aanbod moet zijn met een kleinschalige opzet.

Als redenen voor het gebruik van vrijetijdsvoorzieningen buiten de gemeente Borne worden genoemd 'ergens anders zijn meer en/of grotere voorzieningen' of 'ik wil een keer iets anders zien dan Borne'. Toch geven respondenten ook aan dat zij graag gebruik maken van de lokale voorzieningen, om Borne te steunen.

Vooral voorzieningen voor kinderen, jeugd en jong volwassenen worden gemist

72% van de inwoners van Borne geeft aan dat zij voorzieningen missen voor een specifieke doelgroep. Het grootste gemis zijn voorzieningen voor kinderen, jeugd en jong volwassenen (0 –24 jaar) (62%). Volgens inwoners zijn er weinig vrijetijdsmogelijkheden voor de jeugd, ontbreken er plekken waar ze samen kunnen komen en zijn er geen uitgaansgelegenheden. Ook ontbreekt het aan speelplekken voor kinderen.

Figuur 15 Welke voorzieningen missen inwoners van Borne? (N = 74)



3 Provinciale, regionale en lokale organisatie

Binnen de vrijetijdseconomie zetten verschillende (marketing)organisaties zich in voor marketing en promotie van Borne en Twente. Naast lokaal, wordt ook op landelijk en provinciaal niveau ingezet op marketing en promotie. In dit hoofdstuk wordt de organisatiestructuur hiervan uiteen gezet.

3.1 *Provinciale en regionale organisatie*

Op landelijk niveau zet het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) zich in voor het 'vermarkten' van Nederland als toeristisch-recreatieve bestemming. Zij richten zich daarbij vooral op het trekken van bezoekers van buiten Nederland. Als deze bezoekers eenmaal in Nederland zijn, dan nemen provinciale en regionale marketing organisaties het over.

MarketingOost

Binnen de provincie Overijssel zet de netwerkorganisatie MarketingOost zich in voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie van Overijssel. Ze werkt samen met overheden, ondernemers, cultuurorganisaties en natuurpartijen en zorgen voor allianties op het gebied van de vrijetijdseconomie met andere sectoren (o.a. zorg, natuur, agro en food) die een bijdrage kunnen leveren aan een bestemming in balans. MarketingOost biedt de volgende vier diensten aan: branding, smart data, gebiedsontwikkeling en aanbodontwikkeling.

Twente Marketing – Visit twente

Twente Marketing is de destinatiemarketingorganisatie van Twente en zet zich in op het aantrekken van bezoekers uit heel Nederland, en Duitsland en Vlaanderen. Twente Marketing investeert middels regiomarketing in de aantrekkelijkheid van Twente om te zorgen voor een duurzame impuls van de regionale economie. Dit doen zij door middel van binding, branding en borging. Twente Marketing is organisatorisch onderdeel van Marketing Oost, waardoor kennis en krachten gebundeld worden.

3.2 *Lokale organisatie*

Actoren

Binnen de lokale vrijetijdseconomie van Borne zijn verschillende organisaties actief:

- Bundeling Bornse Ondernemers
- Visit Borne / Beleef Boeiend Borne
- Stuurgroep reclameheffing (Ondernemersfonds)
- Bedrijfsvoering organisatie recreatieschap Twente
- Borne Boeit.nl / Stichting Borne Boeit
- Gemeente Borne
- Ondernemers toerisme, recreatie, retail, verbrede landbouw
- Natuurorganisaties en hun vrijwilligers
- Cultuurorganisaties en hun vrijwilligers (bijv. Bussemakershuis)
- Verenigingsleven, vrijwilligers, w.o. Openluchttheater

In bijlage 2 vindt u een toelichting op de taken en financieringsbronnen van deze actoren. Centrale spelers in beleid, strategie en uitvoering zijn de gemeente (beleidsmedewerker, wethouder) de BBO (dorpsmanager, bestuur) en stichting Beleef Boeiend Borne (toerismemanager, bestuur).

Marketing en promotie
De Stichting Beleef Boeiend Borne treedt sinds 2020 naar buiten onder de naam Visit Borne en richt zich op het vermarkten van Borne binnen Twente. Belangrijk is de website www.visitborne.nl, in de stijl van Twente Marketing. In praktijk richt Visit Borne zich op dit moment, ook vanwege de beperkte middelen, vooral op de inwoners van Twente. Stichting Beleef Boeiend Borne heeft samen met haar klankbordgroep een Visiedocument opgesteld: Toeristisch Borne 2020-2025. De visie en de aanstelling van de toerismemanager markeerde een periode van veranderingen binnen toeristisch-recreatief Borne: de VVV met winkel heeft plaatsgemaakt voor een integrale citymarketingaanpak en vernieuwde frisse online aanwezigheid. De meerjarenvisie van Visit Borne vormt waardevolle input voor het opstellen van visie en beleid voor de gemeente.

Doordat de huidige marketingorganisatie (VisitBorne) zeer beperkt is georganiseerd en gefinancierd, slaagt Borne er maar matig in om zichzelf te profileren als recreatieve en toeristische gemeente terwijl uit de analyse blijkt dat er meer dan voldoende aanbod is[10]. Visit Borne wil hier verandering in brengen, maar is beperkt in middelen en daardoor ook in uren. Dit kan niet opgevuld worden met vrijwilligers: goede lokale marketing is geen vrijwilligerswerk meer. Zo is er op dit moment een beperkte offline zichtbaarheid. Bezoekers die in Borne komen, komen ter plekke niet gemakkelijk in aanraking met informatie over ander aanbod in de gemeente, behalve in het Kulturhus en bij de Koffiekaravaan op het station. Ook zijn er geen campagnes en wordt er slechts beperkt geïnvesteerd in productontwikkeling zoals routes of arrangementen. Tijdens de coronajaren zijn met projectsubsidies en samen met de o.a. de BBO en de dorpsmanager belangrijke projecten uitgevoerd, zoals de Bornse Cadeaupas. Aan structurele financiering voor marketing, promotie en productontwikkeling ontbreekt het echter.

Geen platform of klankbordgroep meer
In het verleden was er een klankbordgroep betrokken bij Beleef Boeiend Borne. Die klankbordgroep functioneert niet meer en nu worden er ad hoc bijeenkomsten georganiseerd. Op de site van Bundeling Bornse Ondernemers wordt het vrijetijdsoverleg genoemd, ook deze is niet (meer) actief. Er is dus op dit moment geen functionerend platform van ondernemers, cultuur- en natuurorganisaties voor de vrijetijdseconomie om bijvoorbeeld samen te werken, bij te dragen aan de marketingstrategie of te reflecteren op plannen.

Ondernemersfonds en reclameheffing
De gemeente Borne heeft een ondernemersfonds dat gevuld wordt met inkomsten uit de reclameheffing. Het doel van het ondernemersfonds is het ondersteunen van activiteiten die bijdragen aan het ondernemersklimaat in de gemeente Borne. Dit kan gaan om een indirecte verbetering zoals het verbeteren van het imago of de identiteit van Borne of de fysieke verbetering van verblijfsgebieden waar zich bedrijven bevinden. Het kan ook gaan om een directe verbetering in de vorm van een activiteit die tijdens openingstijden leidt tot meer publiek c.q. potentiële klanten een gebied waar zich bedrijven bevinden.

Ondernemersorganisaties of samenwerkende ondernemers kunnen voorstellen indienen voor een bijdrage uit het fonds. De Stuurgroep Reclameheffing beoordeelt deze voorstellen en geeft hierover een advies aan het college van burgemeester en wethouders. Het regelement voor toetsing van aanvragen voor een bijdrage op basis van het ondernemersfonds is online beschikbaar. De verslagen en adviezen van de stuurgroep zijn niet beschikbaar. In praktijk zijn er weinig wijzigingen in de activiteiten en initiatieven die jaarlijks een bijdrage ontvangen, waaronder de jaarlijkse evenementen, de koopzondagen en de inzet van de dorpsmanager.

[10] Bron: Mijn Borne 2030

In het regelement is afgesproken dat projecten een bijdrage ontvangen als ze voldoen aan de (vrij ruim omschreven) criteria. Als er meer aanvragen zijn dan budget, dan wordt de spoeling dunner en ontvangen initiatieven een bijdrage naar rato (waarbij de focus ligt op initiatieven die regulier terugkeren). Hierdoor kunnen spanningen ontstaan tussen de aanvragers: vraagt er één meer aan, dan krijgt iedereen minder. Doordat niet wordt beoordeeld op kwaliteit, wordt geen vernieuwing van de te subsidiëren activiteiten gestimuleerd. De strategische sturing achter de inzet van de middelen is onduidelijk of ontbreekt.

Het volgende kan geconcludeerd worden over het ondernemersfonds:

- Het bedrag dat jaarlijks wordt opgehaald en ingezet is substantieel.
- Bornse organisaties, ondernemers en vrijwilligers zijn actief: er zijn voldoende initiatieven waaraan de middelen besteed kunnen worden;
- Er zijn ondernemersvertegenwoordigers betrokken bij de besteding van de middelen voor het algemene doel;
- De opzet van het fonds is duidelijk, er is weinig administratieve rompslomp;
- Er worden jaarlijks belangrijke activiteiten gefinancierd die bijdragen aan het vestigingsklimaat en toeristische aantrekkingskracht van Borne.

Kortom, het fonds functioneert behoorlijk, maar er zijn verbeterpunten:

- Verbeter de transparantie van de stuurgroep over de aanvragen, adviezen en de besteding van de middelen;
- Versterk de strategische inzet van de middelen in het fonds. Besteed de middelen aan activiteiten waarvan de grootste impact verwacht wordt. Naast evenementen zijn dat ook marketing en promotie van Borne en productontwikkeling ten behoeve van de beleving. Ook dit draagt in belangrijke mate bij aan het doel van het fonds.
- Stimuleer vernieuwing in de activiteiten die gefinancierd worden. Sluit aan bij de gewenste profilering, beleving en doelgroepen.

3.3 *Voorbeeld organisatiemodel Oldenzaal*

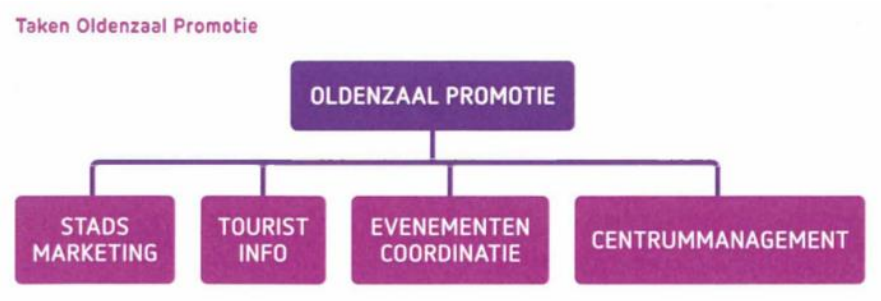
Borne heeft diverse organisaties die elk verschillende doelen en taken rondom de vrijetijdseconomie op zich nemen. Daarnaast regelt elke organisatie de financiering op een andere manier. Op dit moment is de huidige organisatie van met name promotie en financiering redelijk versnipperd en is daardoor (financieel) kwetsbaar.

Om te vergelijken hoe de organisatie rondom vrijetijdseconomie binnen andere Twente gemeenten is geregeld en of hier inspiratie uit gehaald kan worden, kijken we naar het voorbeeld van de gemeente Oldenzaal. Oldenzaal is als gemeente groter dan Borne (ca. 30.000 inwoners, Borne ca. 25.000) maar wel enigszins vergelijkbaar als gemeente binnen Twente. In de gemeente is de organisatie ‘Oldenzaal Promotie’ verantwoordelijk voor taken op het gebied van vrijetijdseconomie, promotie & marketing, evenementencoördinatie en binnenstadmanagement (Oldenzaal Promotie, 2023). De organisatie is in 2020 opgezet en komt voort uit VVV Oldenzaal en is doorgegaan als vernieuwde organisatie met extra taken en verantwoordelijkheden.

Oldenzaalpromotie is gericht op 4 pijlers:

1. (City)Marketing: positionering Oldenzaal als merk
2. Evenementencoördinatie
3. Dorpsmanagement
4. Toerisme / TTI

Oldenzaal Promotie krijgt hiervoor subsidie vanuit de gemeente. In figuur 16 is het organisatiemodel van Oldenzaal Promotie te zien. Hierboven staat nog een Raad van Toezicht met mensen die geselecteerd zijn op diverse expertises.



Figuur 16 Taken Oldenzaal Promotie (Bron: Oldenzaal Promotie)

Gemeente Borne kan deze organisatiestructuur als voorbeeld nemen en deze gebruiken als inspiratie voor het opzetten van een mogelijke toekomstige Bornse organisatie.

Bron: Oldenzaal Promotie

Figuur 17 Buitengebied Borne (bron: eigen foto)



4 Marktanalyse- en perspectief

Hoe ontwikkelde de markt voor de vrijetijdseconomie zich in Borne en Twente? Voor welke ontwikkelingen zijn er binnen Borne ruimte en waar liggen kansen?

4.1 *Inwoners*

Inwoners van Twente en Borne vormen een belangrijke groep recreanten en dagbezoekers. Om iets te kunnen zeggen over de toekomstige recreatieve vraag, is gekeken naar de verwachte groei van het aantal inwoners.

- Het inwonersaantal van Twente groeide de afgelopen jaren gestaag. Verwacht wordt dat het inwoneraantal richting 2040 stabiel blijft of licht afneemt. Primos gaat uit van circa 620.000 inwoners in 2040.[11]
- Het inwoneraantal van gemeente Borne is de afgelopen jaren gegroeid en zal naar verwachting blijven toenemen. De verwachting is dat Borne tot 2035 doorgroeit naar 25.150 inwoners (+7,9%). Het gros van de bevolkingsgroei vindt plaats in Bornsche Maten, de jongste woonwijk van Borne.

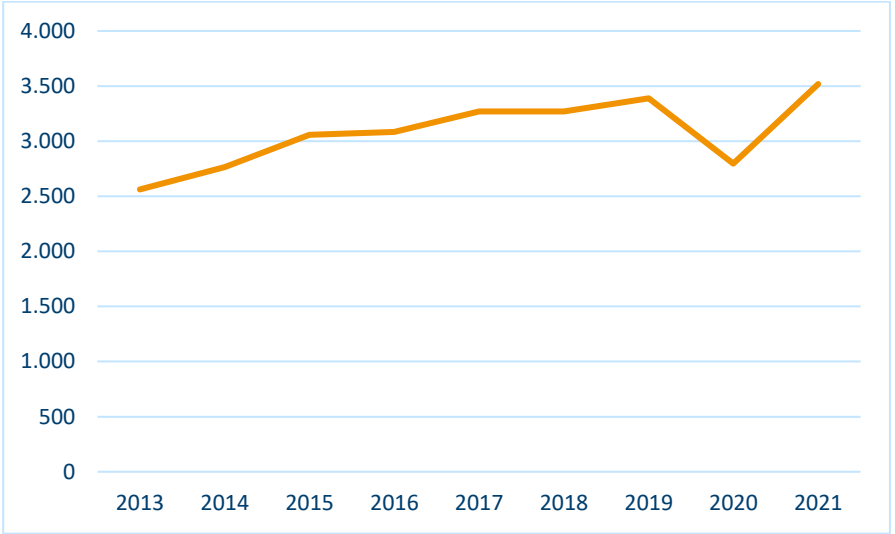
In gemeente Borne wonen relatief veel gezinnen met (jonge) kinderen en senioren (65+). Inwoners uit gemeente Borne hebben een bovengemiddeld gemiddeld inkomen per persoon. Het inkomen van inwoners van Borne is zelfs het hoogst van alle gemeenten in Overijssel.[12]

Conclusie marktperspectief: +
Vanwege de groei van het aantal inwoners van Borne en Twente en het inkomen van de bevolking, is de thuismarkt een belangrijke en kansrijke basis voor vrijetijdseconomie in Borne.

4.2 *Gasten en overnachtingen*

Het aantal overnachtingen van toeristen in Twente groeide de afgelopen jaren gestaag en herstelde (vooralsnog) goed van corona. In 2013 werden 2,5 miljoen overnachtingen geteld, in 2019 3,4 miljoen. In 2020 (coronajaar) was sprake van een dip met 2,7 miljoen overnachtingen, en in 2021 tikte Twente zelfs de 3,5 miljoen overnachtingen aan. Een behoorlijke groei van circa een miljoen overnachtingen binnen 10 jaar tijd. Het totaal aantal slaapplaatsen bleef volgens het CBS nagenoeg gelijk, wat betekent dat de bezettingsgraad (en daarmee de winstgevendheid) is toegenomen: een positieve ontwikkeling.[13]

Figuur 18 Ontwikkeling aantal overnachtingen Twente 2013-2021 (bron: CBS en Marketing Oost)



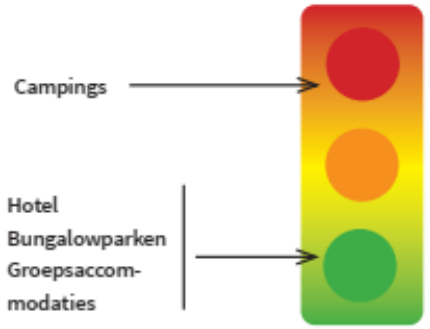
[11] Primos prognose, 2021-2040
[12] Concept, commerciële visie Borne, 2021
[13] Het CBS telt echter geen kleinschalige accommodaties.

Prognose aantal overnachtingen 2030
In Perspectief 2030 (NBTC) wordt gesproken over een prognose voor het aantal gasten in Nederland. Voor de gebieden waar Twente onder valt, wordt verwacht dat het absolute aantal gasten ten opzichte van 2019 met 32% stijgt naar 18,8 miljoen gasten in 2030.

Voor Twente betekent deze prognose dat de regio in 2030 op een kleine 4,5 miljoen overnachtingen zal uitkomen. Aangezien de regio de afgelopen jaren stevig gegroeid is, betekent dit een afvlakking van het huidige groeitempo tot circa 2,7% per jaar. Maar wat nog steeds behoorlijk is.

Het huidig aantal overnachtingen in Borne is onbekend. Wel zijn er de afgelopen jaren een aantal bed & breakfasts geopend en lopen er nog enkele procedures voor uitbreiding/herbestemming tot overnachtingsmogelijkheden. Dit laat zien dat Borne beperkt heeft geprofiteerd van de groei in Twente.

Marktruimte verblijfsaccommodaties
Uit het vitaliteitsonderzoek naar de verblijfsrecreatie in Overijssel (2022) blijkt dat in Twente (inclusief Sallandse Heuvelrug) positieve marktruimte is voor hotels, bungalowparken en groepsaccommodaties en een negatieve marktruimte voor campings. [14] Dit onderzoek laat ook zien dat het grootste gedeelte van het verblijfsaanbod in de regio Zuidwest Twente aantrekkelijk is voor de verbindingszoeker (37%) en harmoniezoeker (29%), wat zorgt voor een tamelijk eenzijdig aanbod. 72% van het verblijfsaanbod valt in de categorie 'voorlopers' of 'middenmoters' wanneer het gaat om de vitaliteit (inclusief Hof van Twente).[15]



Conclusie marktperspectief: ++
Gezien de marktontwikkelingen in de regio – landelijk en wereldwijd en het huidige beperkte aanbod in Borne – liggen er kansen voor het trekken van verblijfstoeristen. Er zijn voornamelijk kansen voor onderscheidend aanbod. Denk hierbij aan accommodaties die bijzonder, verrassend, inspirerend of juist back-to-basic zijn. Consumenten zoeken daarnaast steeds meer naar stijlvolle en luxe accommodaties, hiervan is maar weinig aanbod in de regio.[16] Gezien het bijzondere horeca-aanbod en het mode aanbod (o.a. Leurink Mode) in Borne (Dorset en Het Seminar, beide opgenomen in de Michelingids) en de aanwezigheid van stijlzoekers (Leefstijlen), zijn er met name voor deze doelgroep kansen voor verblijf.

4.3 *Dagrecreatie*
Met een waardering van een 8,1 heeft het centrum van Borne als dagrecreatieve voorziening een goede marktpositie in Twente. In de gemeente zijn verder beperkte voorzieningen voor dagrecreatie: er is weinig aanbod en een deel ervan is standaard (binnenspeeltuin van een keten) of kleinschalig (landwinkels). Opvallend zijn wel de twee

[14] Met marktruimte wordt de hoeveelheid ruimte die er nog is voor extra bedden bedoeld.
[15] Belangrijk om te benadrukken is dat de puur kwantitatieve analyse geen blauwdruk is voor marktontwikkelingen in de toekomst. Een negatieve marktruimte wil niet automatisch zeggen dat er voor nieuwe initiatieven geen plek meer is. Nieuw aanbod kan immers ook nieuwe vraag creëren. Het onderscheidend vermogen van nieuwe initiatieven wordt daarmee wel des te belangrijker, alsmede de potentiële invloed die nieuwe initiatieven kunnen hebben op al bestaande bedrijven die het mogelijk al wat moeilijker hebben.
[16] Vitaliteitsonderzoek Overijssel (2020)

restaurants met een vermelding in de Michelin gids (Dorset en Het Seminar) en voorzieningen als het openluchttheater, Kulturhus en de Kloostergaarde.

Momenteel wordt onderzoek gedaan naar de vitaliteit van dagrecreatie in Overijssel. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat de provincie in als geheel, relatief goed is voorzien in dagrecreatief aanbod. Kansen voor ontwikkelingen zijn er voor family entertainment centers (FEC's), indoor speeltuinen, trampolineparken, lasergamen en paintball (liefst geclusterd). Onderscheidend vermogen wordt des te belangrijker, d.m.v. doelgroepkeuze en het inspringen op trends en ontwikkelingen (zie ook de trends, paragraaf 3.6).

Uit de eerste resultaten van het onderzoek naar de vitaliteit van de dagrecreatieve voorzieningen in Overijssel blijkt dat het grootste deel van het aanbod in regio Zuidwest Twente aantrekkelijk is voor de harmoniezoeker en verbindingszoeker (zie paragraaf 3.5 voor meer informatie over de Leefstijlvinder). Ook laat dit onderzoek zien dat 9% dagrecreatieve bedrijven 'voorlopers' zijn en 64% 'hoge middenmoters'.[17]

Conclusie: +
Borne kent op dit moment een beperkt aanbod dagrecreatie. Er zijn in dit segment beperkte kansen voor nieuwe ontwikkelingen. Deze kansen liggen er vooral voor indoor activiteiten en onderscheidende concepten.[18]

4.4 *Zakelijk toerisme*

Zakelijk toerisme is met name voor hotels, catering, horeca met zalen en groepsactiviteiten een belangrijke pijler. Vóór corona groeide het zakelijk toerisme: tussen 2013 en 2019 nam het aantal zakelijke overnachtingen met circa 35% toe.[19] Maar door corona heeft het zakelijk toerisme een grote klap gehad, en was er in 2022 nog weinig herstel zichtbaar.

Huidige markt zakelijk toerisme
Er is wel een groeiende vraag naar aanbod van zakelijke locaties en accommodaties merkbaar, echter de vraag naar zakelijk aanbod hangt samen met economische groei en stabiliteit. Gezien de huidige onzekere economische situatie, blijft dit marktsegment zeer onzeker.

In Overijssel[20] bieden hotels vaak zakelijke arrangementen aan waarbij 5% tot 10% van de aanwezigen blijft overnachten. Van alle soorten activiteiten worden vergaderingen het vaakst georganiseerd, maar er wordt ingeschat dat groeikansen voor 'heisessies'. Hierbij is de toekomstvisie van de MICE markt gericht op 'live, aangevuld op digitaal'. Belangrijk is hierbij dat de juiste faciliteiten voor hybride vergaderen aanwezig zijn (bron: Hotels en de zakelijke- en bijeenkomstenmarkt in Overijssel, 2021).

Er zijn in Borne en omgeving op dit moment enkele opties voor zakelijk toerisme.

- Het Kulturhus biedt ruimte voor de zakelijke vergaderingen en bijeenkomsten. Daarnaast legt Kulturhus ook verbinding met enkele panden in Oud Borne waar vergaderd kan worden.
- Hotel Jachtlust biedt op kleine schaal mogelijkheden voor zakelijk toerisme en biedt vergaderzalen met faciliteiten aan.
- Ook Michelin restaurant Dorset biedt op kleine schaal verzorgde en rustige vergaderruimtes aan.
- Ook in Erve Hondeborg en het Gymnasium in Zenderen kan vergaderd worden.

[17] Voorlopers hebben een onderscheidend vermogen en goed ondernemerschap. Ze zijn positief over de toekomst. Hoge middenmoters zijn niet uitstekend, maar goed. Ze zijn iets minder positief over de toekomst.
[18] Mogelijk wordt dit nog aangepast als het definitieve onderzoek naar de vitaliteit van dagrecreatie in Overijssel beschikbaar is.
[19] Bron: CBS, Zakelijke overnachtingen in hotels, motels, pensions, jeugdaccommodaties, en B&B's, toeristengebied Overig Nederland 2013-2021
[20] Hotels en de zakelijke- en bijeenkomstenmarkt in Overijssel – MarketingOost & ZKA 2021

- Het Van der Valk hotel in Hengelo biedt verschillende vergaderarrangementen aan. Het hotel heeft 11 multifunctionele zalen, biedt zakelijke lunch- en dinerarrangementen en heeft additionele faciliteiten om bijvoorbeeld hybride vergaderingen mogelijk te maken. Deze locatie valt echter net buiten de gemeente Borne.

Borne maakt deel uit van de congresregio Twente en zet zich in voor het trekken van congressen. De gemeente is goed bereikbaar en daarmee geschikt als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten.

Zakelijk toerisme in de toekomst
Verwacht wordt dat Nederland in 2024 qua aantal zakelijke toeristen op hetzelfde niveau zit als 2019. De mate van herstel en de snelheid van herstel is afhankelijk van de schaal van de bijeenkomst (regionaal, lokaal en internationaal), reden om een zakenreis te ondernemen en de sector. Zo zullen regionale bijeenkomsten als eerst herstellen en internationale bijeenkomsten als laatst.[21]

Het organiseren van grootschalige bijeenkomsten zorgt voor de grootste impact, maar andere kansen zijn mogelijk relevanter voor Borne en twente. Zo wordt Overijssel getypeerd door specifiek en bijzonder aanbod. Dit biedt voor Borne kansen voor vertrouwelijke meetings, sport, een combinatie met leisure etc. Kansen die vooral ook goed ondernemerschap vragen.[22]

Conclusie: +/-
Borne heeft wel een goede uitgangspositie (ligging, aanbod), maar de markt is onzeker. Binnen Twente ligt de potentie van zakelijke bijeenkomsten bij steden vooral op grootschalige (meerdaagse) bijeenkomsten en voor het landelijk gebied met name voor strategische en besloten bijeenkomsten en de bleisure trend (zie paragraaf 3.6).

[21] NBTC kerncijfers zakelijke markt (2021)

4.5 *Toeristisch-recreatieve leefstijlen*

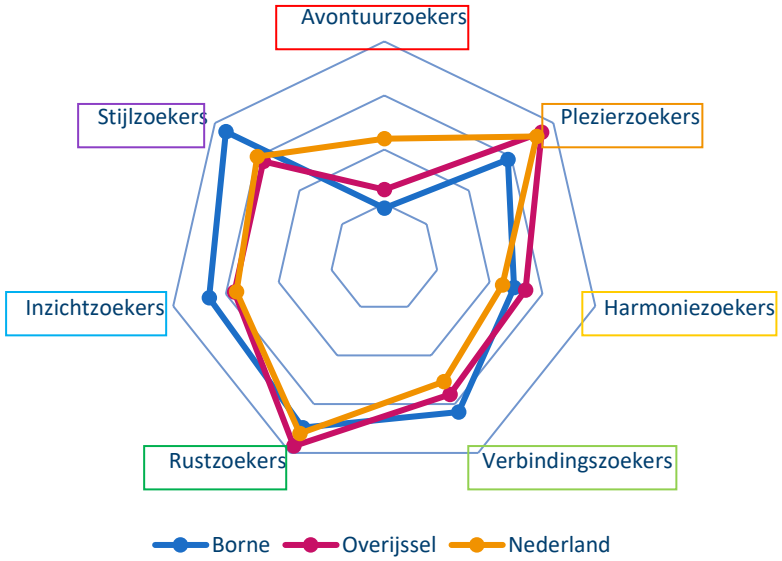
Vrijetijdsgedrag verklaard in leefstijlen
De Leefstijlvinder geeft door middel van zeven zogenoemde toeristisch-recreatieve leefstijlen inzicht in waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben en wat de verschillen hierin zijn.
Hierna geven we door middel van de Leefstijlvinder inzicht in de toeristisch-recreatieve leefstijlen van inwoners van gemeente Borne. Een toelichting op de Leefstijlvinder en de verschillende leefstijlen vindt u in bijlage 1.

Inwoners van Borne zijn hoofdzakelijk stijlzoekers
Figuur 18 laat zien dat de inwoners van gemeente Borne vooral stijlzoekers (19%) zijn. Een aanzienlijk deel van de inwoners van de gemeente Borne bestaat uit rustzoekers en inzichtzoekers (beide 17%):

- Stijlzoekers: luxe, comfort en exclusiviteit.
- Rustzoekers: rust & regelmaat, eigen vertrouwde omgeving.
- Inzichtzoekers: leren, zichzelf nuttig maken en nieuwe dingen ervaren.

[22] ZKA, hotels en de zakelijke- en bijeenkomstenmarkt in Overijssel (2021)

Figuur 19 Leefstijlverdeling inwoners gemeente Borne, Overijssel en Nederland (Leefstijlvinder, 2022)



De enquête die uitgezet is onder ondernemers laat zien dat het merendeel van de respondenten vindt dat rustzoekers beter in Borne passen dan stijlzoekers. Andere respondenten vinden dat het één het ander niet hoeft uit te sluiten.

Profilering door middel van kleurprofielen
In 2016 is er in Borne gekozen voor een duidelijke profilering van doelgroepen, namelijk: 'stijlvol luxe en blauw' en 'rustig en groen'.[23]

De groep 'stijlvol luxe en blauw' komt overeen met de stijlzoekers uit de Leefstijlvinder (de grootste groep in Borne). Ze zoeken luxe en stijlvolle ontspanning en willen exclusief genieten. In Borne kan dit bij de unieke modezaken, authentieke winkels en bij een restaurant als Dorset.

De 'rustig en groene' groep komt overeen met de rustzoeker (de tweede grootste groep in Borne). Ze zoeken rust, ruimte en regelmaat en recreëren graag op een rustige manier in de natuur. Ze blijven het liefst dichtbij huis en zoeken de voor hun bekende plekken op. In Borne kan dit bijvoorbeeld in de Groene Poort, in het centrum (op een rustig moment) en in Oud Borne.

Figuur 20 Profilering doelgroepen Borne





[23] Visiedocument toeristisch Borne 2020-2025

4.6 *Trends en ontwikkelingen*

Deze paragraaf beschrijft een de belangrijkste toeristisch-recreatieve trends en ontwikkelingen voor Borne, en hun betekenis.

1. Belevenis en betekenis onderscheiden de ene plek van de andere
Beleving en betekenis rondom het verblijf en vermaak van de vrijetijds-economie worden steeds belangrijker. Mensen zijn op zoek naar bijzondere ervaringen die uniek en authentiek zijn en bij voorkeur zijn afgestemd op persoonlijke interesses en wensen. De verwachtingen van inwoners en bezoekers over de ideale vrijetijdsbeleving lopen hierbij steeds verder uiteen. De Leefstijlvinder (zie bijlage 1) is een handig hulpmiddel om goed te kunnen inspelen op de behoefte van de gekozen doelgroep. Door deze ontwikkeling is het steeds belangrijker om je te onderscheiden, bijvoorbeeld door specifieke verhalen of thema's te belichten. Uit de enquête die in 2021 door Visit Borne is uitgezet onder ondernemers blijkt dat de meeste ondernemers de trends 'beleving', 'betekenisvol genieten' en 'onthaasten' belangrijk vinden voor Borne.

Betekenis Borne: in Borne liggen kansen om beleving en betekenis inhoud te geven door het werken langs thema's en te focussen op specifieke doelgroepen. Kansen bieden:

- de beleving van natuur en platteland (boerenlandwinkels, het openluchttheater en de kerkdorpen, toegankelijke landgoederen Twickel en Weleveld),
- benutten van dorpsgezicht Oud Borne, monumenten zoals kloosters voor toeristisch-recreatieve functies en medegebruik
- profileren en ontwikkelen op het gebied van textiel(historie) en mode. Hierdoor kan de gemeente zich onderscheiden en tegelijk bijdragen aan het verhaal van Twente.
- Het ontwikkelen van bijzonder verblijfsaanbod, bij voorkeur in combinatie met hierboven genoemde punten.

Het is belangrijk om de punten die onderscheidend zijn voor Borne, naar voren te laten komen in een duidelijke profilering, positionering en marketingstrategie.

2. Cultuurtoeristen leren en ontspannen tegelijk
Voortbouwend op de toenemende behoefte aan beleving en betekenis is de groei van cultuurtoerisme. Toeristen gaan op zoek naar culturele belevenissen om door bijzondere kunst of lokaal erfgoed iets over zichzelf, kunst, andere culturen, en van vroeger te leren.

Betekenis Borne: Borne heeft dankzij de geschiedenis als textielstad en monumentale panden een mooie kans om in te zetten op cultuurtoerisme. Tegelijk kan vrijetijdseconomie zo bijdragen aan behoud van het erfgoed. Het is belangrijk dat textiel en erfgoed worden benut voor een sterkere profilering van Borne, dat het bestaande aanbod met elkaar verbonden wordt en dat het aanbod wordt uitgebreid.

3. Doe maar duurzaamheid en lokaal
In de gehele samenleving en daardoor ook in de vrijetijdssector is er groeiende aandacht voor duurzaamheid. De gast vraagt vaker om duurzame bestemmingen en activiteiten. Ze zijn zich steeds meer bewust van de 'gevolgen' van het reizen. Zo overnachten toeristen steeds vaker in een duurzaam of 'groen' hotel en verwachten ze dat toeristische bedrijven zich inzetten voor duurzaamheid. Daarnaast neemt de vraag naar authentieke lokale belevingen toe. Toeristen willen het 'lokale' leven ervaren en lokale producten kunnen kopen.

Betekenis Borne: door het vrijetijdsaanbod te verduurzamen, wordt zowel ingespeeld op de groeiende vraag, als ook de impact op het milieu en de omgeving verminderd. Inspelen op de vraag naar lokale producten (boerderijwinkels, korte ketens), heeft ook een positief economisch effect. Ook kan worden gekeken naar Borne als duurzame modestad, met bijvoorbeeld het aanbieden en promoten van 'vintage' of 'fair fashion'.

4. Buiten zijn en bewegen wordt steeds belangrijker

Er is een groeiende aandacht voor recreatie en onthaasten in een groene omgeving. Logisch want bewegen in het groen zorgt voor een betere fysieke en mentale gezondheid. Actieve buitenrecreatie wordt populairder, naast wandelen en fietsen zien we nieuwe vormen van bewegen zoals bootcampen, trailrunnen, fietsen op de gravel bike en treasure hunting. Bij al deze vormen van bewegen zijn routes en paden van belang. Uit de enquête die is uitgezet onder ondernemers blijkt dat zij de trend 'onthaasten' belangrijk vinden.

Betekenis Borne: Borne heeft voldoende omringende natuur om in te spelen op deze groeiende behoefte. Door fiets- en wandelroutes en paden ontwikkelen, mogelijk gekoppeld aan thema's en belevingen kan nog beter worden voldaan aan deze groeiende vraag. Belangrijk hierbij is dat de paden en routes direct aansluiten op de campings, hotels en woonwijken. Ook andere vormen van buiten bewegen, zoals kanoën of suppen bieden kansen.

5. Veranderende behoefte horeca en winkelen

Bezoekers aan een centrum hebben steeds hogere verwachtingen dan alleen een snelle hap of boodschap halen. Winkelen moet een beleving zijn en een centrum is een bestemming en een totaalproduct. De trend in de horeca en retail die hierbij past is 'blurring', waarbij bedrijven hun aanbod uitbreiden met beleving en 'kleine attracties'. Daarnaast zoekt men in binnensteden en winkelcentra een mix van activiteiten, zoals; cultuur, diensten, horeca, winkels en leisure.

Betekenis Borne: door ruimte te bieden aan verbreding in het horeca en winkelaanbod en de focus op beleving te leggen (bijv. textielhistorie) kan beter worden ingespeeld op deze vraag van de markt. Ook is het belangrijk om de relatie tussen het winkelgebied en Oud Borne te versterken, zodat naast het winkelen ook dit bijzondere dorpsgezicht ontdekt kan worden.

6. Meer senioren- en drie-generatievakanties

Door de toenemende vergrijzing in Nederland neemt het aantal ouderen toe. Deze senioren hebben veel vrije tijd en zijn steeds vitaler. Zij vormen daarom een steeds grotere en belangrijkere (potentiële) doelgroep. Daarnaast worden drie-generatievakanties steeds populairder, hierbij gaan gezinnen met ouders, kinderen en kleinkinderen op pad.

Betekenis Borne: door het aanbieden van activiteiten, faciliteiten en verblijf gericht op deze senioren kan ingespeeld worden op deze groeiende doelgroep. Daarnaast is er in Twente voor elke generatie wat te doen, daardoor bieden de opkomende drie-generatievakanties ook kansen. Hierdoor zijn wel deelbare of grotere verblijfsaccommodaties nodig.

7. Zakelijke markt: meerwaarde door ontmoeting

Op het moment van schrijven verschuiven zakelijke overleggen en bijeenkomsten langzaam weer van online naar fysiek. Hierbij is zichtbaar dat een deel van de bijeenkomsten nog online plaatsvindt, maar dat voor grotere (meerdaagse) bijeenkomsten, en besloten heisessies de voorkeur weer ligt bij het fysiek samenkomen. Dit biedt kansen voor zakelijk toerisme.

Betekenis Borne: Borne is goed bereikbaar met zowel de auto als het openbaar vervoer en daarmee geschikt als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten. Hierbij is van belang dat er zowel ruimte is voor de bijeenkomsten als passend verblijfsaanbod in het geval van meerdaagse bijeenkomst. Een andere trend, 'bleisure', waar business (denken/werk) en leisure (actief/ontspannen vermaak) gecombineerd worden biedt ook kansen voor Borne.

8. Het leven is een feestje: evenementen en festivals

Nederlanders bezoeken graag evenementen en festivals. Voor corona was er een sterke groei van het aantal evenementen en festivals zichtbaar, wat zich langzaam aan het herstellen is. Tijdens een evenement of festival, kan heel goed een bepaalde sfeer gerealiseerd worden die

perfect aansluit bij de beoogde doelgroep. Evenementen kunnen helpen om bezoekers een connectie te laten opbouwen met de regio.

Betekenis Borne: Borne is een echte evenementengemeente. De evenementen kunnen nog beter inspelen op de beoogde doelgroepen, en zo bijdragen aan reuring in het centrum, het gemeenschapsgevoel, kennismaking met cultuur of andere doelen. Denk ook eens aan food/horeca evenementen, sportevenementen of themajaren waarin evenementen bijdragen aan profilering (bijvoorbeeld: 2023 is 30 jaar Museum Bussemakerhuis, 2025 is 350 jaar textiel in Twente).

9. Variatie in types verblijfsaccommodaties

Waar 'basic' kamperen op een zo 'puur' mogelijke locatie weer helemaal in trek raakt, is ook een tegengestelde beweging zichtbaar. Glamperen blijft populair en met name de verhuur van luxe tenten en accommodaties zit in de lift. Daarnaast is er een groeiende populariteit van campervakanties.

Betekenis Borne: er liggen kansen in het aanbieden van onderscheidend verblijfsaanbod.

5 SWOT-analyse Borne

Voor de vrijetijdseconomie in Borne zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen op een rijtje gezet in een SWOT-analyse.

Sterke punten in aanbod vrijetijdseconomie Borne



- Centrum Borne is meer dan compleet: diversiteit aan winkels, onderscheidende modehuizen & horeca. Borne is het (mode)hart van Twente. Gratis parkeren. Hoge waardering 8,1.
- Sterk evenementenaanbod zorgt voor levendigheid
- Rijk aan cultureel erfgoed, vele rijksmonumenten en beschermd dorpsgezicht Oud Borne, landgoederen, kloosters, textielverleden
- Combinatie dorp met groene kernen/kerkdorpen Hertme & Zenderen
- Mooi buitengebied, aantrekkelijk en afwisselend landschap (Groene Poort)
- Rustpunten langs wandel- en fietsroutes, vrijliggende wandelroutes
- Meeste mensen geven waardering van 8 of meer (gemiddeld 7,3)
- Centrale ligging in Twente, goed bereikbaar via weg en OV
- Veel vrijwilligers actief

Zwakke punten in aanbod vrijetijdseconomie Borne



- Weinig verblijfsrecreatief aanbod, weinig overnachtingen
- Beperkt dagrecreatief aanbod
- Aansluiting Bornsche Maten op het centrum en Oud Borne
- Parkeerdruk hoog in het centrum van Borne (vooral in het weekend)
- Leegstand van monumentale gebouwen en winkelpanden
- Museum en cultureel erfgoed wel aanwezig maar weinig gebruikt door inwoners
- Onderscheidend vermogen niet altijd duidelijk gecommuniceerd en gepositioneerd
- Organisatie vrijetijdseconomie marketingcommunicatie, productontwikkeling versnipperd en onduidelijk, evenals financiering
- TOP Zenderen functioneert niet vanwege afgesloten parkeerplaats (wordt aan gewerkt)
- Weinig budget voor marketing, promotie en de vrijetijdseconomie
- Bestuurlijke/beleidsmatige inbedding ontbreekt
- Oud Borne heeft weinig t&r functies, voornamelijk wonen

Kansen voor Borne



- Toename inwoners Borne en Twente, groei aantal toeristen in Twente
- Aanbodontwikkeling (bijv. evenementen, inrichting buitenruimte)
- Aansluiten bij leefstijlen stijlzoeker en rustzoeker, inzichtzoeker ook kansrijk
- Uitbreiding (dag)horeca in centrum, bijv. café
- Ontwikkeling kleinschalig/onderscheidend aanbod in Oud Borne
- Transformatie van beeldbepalend vastgoed naar toeristisch-recreatieve functies, bijv. herontwikkeling gemeentehuis
- Kansrijke marktsituatie voor bijzondere/onderscheidende hotels
- Ontwikkeling van themalijn/verhaallijn aansluitend bij DNA Borne, bijv. textiel
- Sterkere profilering van Borne d.m.v. marketingcampagne
- Meer aandacht voor monumenten en cultuurhistorie, meer beleefbaar maken, monumenten meer openstellen, museum bij betrekken
- Ruimtelijke kwaliteit, uitstraling openbare ruimte en bebouwing (welstand)
- In pijplijn: multifunctioneel beweegpark. Kans is aansluitend nog meer buitensport-aanbod
- Deelfiets- en deelscooterconcept komt naar Borne

Bedreigingen voor Borne



- Ontwikkeling van aanbod dat te weinig onderscheidend is: veel van hetzelfde/ voor elk wat wils
- Zakelijk toerisme herstelt langzaam van corona
- Economische ontwikkeling onzeker, inflatie heeft impact op koopkracht vrijetijd
- Detailhandel staat onder druk o.a. door online shopping (leegstand)
- Instandhouding voorzieningen in Hertme en Zenderen vanwege laag aantal inwoners
- Financiële dekking marketing onzeker. Dit is een belemmering voor professionalisering
- Personeelstekort binnen gemeente Borne en in de VTE sector
- Achteruitgang van het landschap, onderhoud erfgoed en ruimtelijke kwaliteit

6 Toeristenbelasting en/of reclamebelasting

Gemeente Borne heft op dit moment geen toeristenbelasting. Om erachter te komen of invoering kansrijk is, zijn de voor- en nadelen en de mogelijke kosten en baten op een rij gezet, evenals alternatieven.

6.1 *Voor- en nadelen toeristenbelasting*

Gemeenten hebben de mogelijkheid om toeristenbelasting te heffen, een belasting voor mensen die niet in de gemeente wonen, maar er wel verblijven. Meestal gaat het om een bedrag per persoon per nacht, of voor een vaste standplaats of ligplaats. Gemeenten mogen zelf weten hoe hoog deze belasting is.

Het heffen van toeristenbelasting brengt verschillende voor- en nadelen met zich mee, te weten:

Voordelen

- De belasting geldt voor alle aanbieders van overnachtingsmogelijkheden. Er zijn hierbinnen geen ‘freeriders’, iedereen betaalt;
- De inkomsten komen terecht in de algemene middelen. De gemeente mag zelf bepalen waar zij de middelen aan uitgeeft. In sommige gemeenten worden afspraken gemaakt met de vrijetijdssector over investeringen die de gemeente doet in toeristisch-recreatieve voorzieningen, zoals marketing en promotie, openbare ruimte of schoonmaken van het strand.

Nadelen

- Alleen de logiesaccommodaties worden belast, de dagrecreatieve bedrijven betalen niet me.
- Wanneer (een deel van) de opbrengsten worden ingezet voor de vrijetijdseconomie profiteren ook andere toeristische bedrijven, maar zij dragen geen belasting af.
- Het kost geld om belasting te innen bij zowel ondernemers als de gemeente;
- Het is van invloed op je concurrentiepositie ten opzichte van omliggende gemeenten. De prijs van een overnachting wordt hoger;
- Ondernemers die de belasting innen en afdragen vinden het een groot nadeel dat de opbrengsten in principe in de algemene middelen komen. Dit voelt onrechtvaardig (de toerist als melkkoe);
- Mede hierdoor ligt de invoering van deze belasting gevoelig bij zowel ondernemers als gasten.



Figuur 21 Camperplaats Rabo Scheele (bron: eigen foto)

6.2 *Mogelijke opbrengst toeristenbelasting in Borne*

In deze paragraaf maken we een inschatting van de mogelijke opbrengsten van toeristenbelasting in Borne, op basis van het huidig aantal accommodaties en het tarief in de omliggende gemeenten.

6.2.1 *Verblijfsaccommodaties Borne*

Om de mogelijke opbrengsten in beeld te brengen, is een inventarisatie gemaakt van de verblijfsaccommodaties en hun capaciteit, de bezettingsgraad en het aantal overnachtingen per jaar.

Borne heeft de volgende verblijfsaccommodaties[24]:

Type	Aantal	Schatting aantal bedden / slaapplaatsen	Schatting bezettingsgraad	Schatting jaarlijkse overnachtingen
Hotel	1	40	60%	8.760
Camping	2	50	30%	5.475
		40	30%	4.380
B&B, airbnb	8	2	30%	219
		4	30%	438
		6	30%	657
		2	30%	219
		2	30%	219
		4	30%	438
		2	30%	219
		2	30%	219
Landgoed	1	20	30%	2.190
Totaal	Schatting +/-23.433 overnachtingen per jaar			

Hierbij zijn de tijdelijk extra kampeerplekken van het Afrika-festival niet meegerekend. Ook kan de werkelijke bezettingsgraad hoger of lager uitvallen.

6.2.2 *Toeristenbelasting omgeving*

De gemiddelde toeristenbelasting per persoon per nacht in omliggende Twentse gemeenten is €1,24. Het gemiddelde over heel Nederland ligt hoger, namelijk op €1,93 (2021).[25]

In de volgende tabel is een overzicht van de toeristenbelasting van omliggende gemeenten weergegeven.

Plaats	Per overnachting per persoon[26]
Hengelo	• Hotel of conferentieoord: € 1,10 • Bed & breakfast, chalet, stacaravan, pension, particulier verhuurde woning of vakantieonderkomen: €0,95 • Mobiel kampeeronderkomen (zoals tenten, kampeerauto's en toercaravans): €0,80
Almelo	• Voor verblijf met overnachting tegen vergoeding: €1,50 • Voor mobiel kampeeronderkomen, stacaravan of groepsaccommodatie: €0,90
Enschede	• Tarieven per persoon per overnachting: €1,05 • Hotel, conferentieoord, bed en breakfast, vakantiewoning, zomerhuisje, appartement of pension: €2,75
Berkelland	Tarieven per persoon per overnachting: €1,25
Bronckhorst	• Groepsaccommodatie, mobiele kampeeronderkomen, vaartuig of standplaats: €0,75 • Pension of bed & breakfast, hotel, overig: €1,30
Haaksbergen	• Hotel, bed & breakfast, pension en overig: €1,65 • Mobiel kampeeronderkomen, stacaravan of groepsaccommodatie: €1,15
Losser	• Hotel, conferentieoord, pension of bed & breakfast: €1,60 • Kampeermiddel, vakantieonderkomen of een particulier verhuurde woning, groepsaccommodatie of overige accommodaties: €1,05

[24] Juli 2022.

[25] Bungalowparkoverzicht (2021)

[26] GBTwente (2022)

Oldenzaal	• Mobiel kampeeronderkomen, stacaravan, recreatiewoning, kampeerplaats of (jeugd)kampeerboerderij: €0,85 • Overige accommodaties: €1,60
Twenterand	Tarieven per persoon per overnachting: €0,85

6.2.3 *Kosten heffen toeristenbelasting*

Vanuit de gemeente is een inventarisatie van de kosten voor het heffen van toeristenbelasting gemaakt. Door het GBT (Gemeenschappelijk Belastingkantoor Twente) worden de perceptiekosten voor het invoeren van toeristenbelasting geschat op een bedrag van € 400,-- als structurele post voor circa 12 ondernemers.

Om op te starten zijn er ook incidentele kosten, o.a. het inrichten van het systeem en de communicatie rondom de aanslagoplegging. Die worden door de gemeente geschat op een eenmalig bedrag van circa € 1000,--.

6.2.4 *Mogelijke opbrengsten Borne*

Gerekend met de voorgenoemde bezettingscijfers, het geschatte aantal bedden in Borne en de gemiddelde toeristenbelasting van omliggende gemeenten zou er, mede afhankelijk van het meetellen van de camping van het Afrika-festival, tussen de €27.000 en €34.000 per jaar aan toeristenbelasting geïnd kunnen worden. Wanneer er gerekend wordt met het landelijk gemiddelde tarief dan zou de toeristenbelasting in Borne jaarlijks tussen de €42.000 en €55.000 kunnen opleveren. Dit hogere tarief (hoger dan de andere gemeenten in de regio) kan de concurrentiepositie van Borne wel negatief beïnvloeden.

Jaarlijks aantal overnachtingen	Toeristenbelasting	Jaarlijkse opbrengst
23.433	€1,24 (gemiddelde regio)	+- €27.000*
23.433	€1,93 (gemiddelde landelijk)	+- €42.000*

*(Bezettingsgraad campings op 25% i.p.v. 30%, exclusief extra camping Afrika festival)

	Toeristenbelasting Borne				
			365 dagen		
	Hotels	**Bedden**	**Bedden per jaar**	**Bezettingsgraad**	**Overnachtingen**
1	Hotel Jachtlust	40	14600	60%	8760
	Campings	**Bedden**	**Bedden per jaar**	**Bezettingsgraad**	**Overnachtingen**
2	Mini-camping de Köller	50	18250	30%	5475
3	Camper- en pleisterplaats Rabo Scheele	40	14600	30%	4380
	festival camping Afrikafestival				4500
	B&B's	**Bedden**	**Bedden per jaar**	**Bezettingsgraad**	**Overnachtingen**
4	B&B Mooi Borne	2	730	30%	219
5	B&B Oud Borne	4	1460	30%	438
6	B&B Zeilker	6	2190	30%	657
7	B&B Elisabeth	2	730	30%	219
8	B&B Bij Bakx	2	730	30%	219
	Overig	**Bedden**	**Bedden per jaar**	**Bezettingsgraad**	**Overnachtingen**
9	Landgoed de Lavei	20	7300	30%	2190
	AirBnB	**Bedden**	**Bedden per jaar**	**Bezettingsgraad**	**Overnachtingen**
10	Wellness badhuis in hartje Borne	4	1460	30%	438
11	Gezellige 2-persoonskamer in rustige omgeving	2	730	30%	219
12	Sfeervol appartement! Logeren op de Wijnkoperij	2	730	30%	219
		174			
			Totaal aantal overnachtingen, scha		27933
			Toeristenbelasting		€ 1,24
			Totale verwachte opbrengst		**€ 34.636,92**

6.3 *Alternatieven toeristenbelasting*

Hoewel de meeste (Twentse) gemeenten toeristenbelasting heffen zijn er ook verschillende alternatieven. Onderstaande tabel zet deze op een rij[27].

Alternatief	Voordelen	Nadelen
Reclamebelasting *De reclamebelasting kan verhoogd worden of anders uitgegeven worden, hierdoor worden alle ondernemers belast.*	• Alle ondernemers met voordeel aan toerisme betalen mee. • Reclamebelasting wordt momenteel (in gemeente Borne) al geheven.	• Belangrijk om duidelijke en transparante afspraken te maken over de verdeling van het geïnde geld. • Om transparant te maken hoe de middelen besteed worden, moet jaarlijks gerapporteerd worden.
Duits-Oostenrijkse Kurtaxe model/ omgevingsbelasting *Toeristenbelasting wordt vaak geïnd door lokale toeristische organisaties (vergelijkbaar met Visit of VVV) bij alle ondernemers met een voordeel. Verdeling van de opbrengst wordt vaak gecoördineerd door de provincie en keert terug naar de organisatie die ook int. Daarnaast zijn er ook voorbeelden van een tweede bredere belasting aan alle bedrijven.*	• Alle ondernemers met voordeel aan toerisme betalen mee. • Toeristische organisaties bepalen mede wat er met het geld gebeurt: inzicht in de praktijk. • Meer transparantie en zeggenschap door toeristische partijen op besteding van geld.	• Lastig te organiseren. • Onduidelijk is of er een wettelijke grondslag is voor deze vorm van belasting innen en uitgeven • Dubbele belastingdruk voor logiessector als de Kurtaxe bovenop een belasting op overnachten komt.
Convenant ondernemers via BIZ *Alle ondernemers in een bepaald gebied betalen belasting, via BIZ-regeling: heffing door gemeente, uitkering als subsidie aan ondernemersvereniging of stichting.*	• Alle ondernemers in een bepaald gebied betalen mee. • Ondernemers bepalen de besteding van het geld (BIZ oprichtingsplan).	• Een BIZ is moeilijk te organiseren, vraagt groot en breed draagvlak onder ondernemers. • De duur van een BIZ is max 5 jaar • Het moet precies duidelijk zijn waaraan de ondernemersvereniging de BIZ-inkomsten gaat besteden
Flexmodel *Heffen van een percentage van de verblijfsrecreatieve omzet, verdeeld naar het type bedrijf.*	• Eerlijke verdeling over bedrijven met verschillende omzetten	• Alleen bedrijven uit de logiessector betalen • Innen is complex en daardoor duur: omzet moet jaarlijks bepaald worden • Onduidelijk of er voor gemeenten een wettelijke grondslag is om zo'n belasting te hebben
OZB-verhoging *Verhoging van de OZB (voor bedrijven en bewoners) kan inkomsten opleveren die een toeristenbelasting vervangen*	• Iedereen die voordeel van toeristisch-recreatieve voorzieningen heeft betaalt, ook inwoners dragen bij	• Hogere lasten inwoners en bedrijven • Toeristen, die juist impact maken, betalen niet

[27] Bronnen: rapport 'alternatieven voor toeristenbelasting, gastvrij Overijssel 2022' en 'een andere kijk op toeristenbelasting', RECRON'

De alternatieven voor toeristenbelasting hebben stuk voor stuk ook nadelen zoals hoge uitvoeringskosten, onduidelijkheid over de wettelijke grondslag en complexiteit in de uitvoering, Daarnaast is er in de gemeente Borne al reclamebelasting (het eerstgenoemde alternatief in het overzicht). De stuurgroep reclameheffing Borne geeft de gemeente een zwaarwegend advies over de besteding van de opbrengst van deze reclameheffing.

6.4 *Conclusie*

- De huidige constructie voor het financieren van activiteiten ten behoeve van de vrijetijdseconomie in Borne (reclamebelasting) functioneert op dit moment goed, maar er zijn wel verbeterpunten om de inzet effectiever te maken.
- De alternatieven hebben meer nadelen dan voordelen (hogere kosten, lagere opbrengsten, complexiteit in uitvoering).
- Verbeterpunten van de huidige reclameheffing zijn:
  - Meer transparantie in advies, besluitvorming en uitgaven: welke aanvragen zijn binnengekomen, wat was het advies, wie ontvangt wat?
  - Wel adviseren wij om goed te kijken naar de gezamenlijke strategische sturing van de inzet van de middelen. Structurele inzet voor integrale (city)marketing en promotie ontbreekt in de huidige opzet. Daarnaast adviseren we om ook te focussen op voor vernieuwing van het toeristisch-recreatief product van Borne, passend bij de doelgroepen en positionering.
  - Stimuleer vernieuwing in de activiteiten die gefinancierd worden. Sluit aan bij de gewenste profilering, beleving en doelgroepen.

7 Uitgangspunten voor de visie

Op basis van de conclusies van de analyse en gesprekken met betrokkenen formuleren we een aantal uitgangspunten die we meenemen in de visie, doelen en strategie.

Deze uitgangspunten worden meegenomen in de visie:

- Toerisme is geen doel op zich, maar een instrument om bij te dragen aan lokale doelstellingen. Dit betekent dat ook inwoners en bedrijven moeten profiteren van de ontwikkelingen. De Visie Vrijetijdseconomie focust zich dan ook niet alleen op toeristen, maar nadrukkelijk ook op de eigen Bornse bevolking en ondernemers en inwoners van de regio.
- Borne begint niet bij 0. Er is de afgelopen jaren op verschillende vlakken geïnvesteerd in toeristisch-recreatieve ontwikkeling en ook op dit moment is de gemeente hier in samenwerking met BBO en Visti Borne nog mee bezig. Er wordt aangesloten bij en voortgebouwd op deze ontwikkelingen.
- De identiteit van Borne moet als basis dienen voor verdere ontwikkeling. Inwoners zijn trots op Borne. Daarvoor moet ook ingezet worden op het overbrengen van het gevoel (DNA) van Borne (levendig, authentiek, noaberschap, dorp met stadse ambities) aan (nieuwe) inwoners en bezoekers.
- De visie voor de toeristische marketing van Borne (Stichting Beleef Boeiend Borne/Visit Borne) is een belangrijke onderlegger voor de Visie Vrijetijdseconomie en wordt ook zodanig ingezet bij het opstellen van de visie.
- Het beter zichtbaar en beleefbaar maken van het textielverleden biedt kansen. Hier moet aandacht aan worden besteed.
- Zet ook in op het verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte met het oog op de gewenste doelgroep(en).
  - Parkeren Borne anders organiseren, meer ruimte voor lang parkeren, dan via Oud-Borne naar het centrum lopen. Eventueel in combinatie met TOP
  - Belang van ruimtelijke kwaliteit onderstrepen, zowel voor inwoners als voor gasten belangrijk, zeker als je je richt op stijlzoeker
  - Behoud kwaliteit landschap, ontwikkeling kwaliteit landschap
- De visie moet bijdragen aan het behouden en herbestemmen van monumentale gebouwen.
- Er liggen concrete kansen voor verblijfs- en dagrecreatie: benut deze!
    - Er is marktruimte in Borne, vooral voor onderscheidende concepten
    - Voor dagrecreatieve ontwikkelingen zijn er beperkte kansen voor nieuwe ontwikkelingen, ook hier zijn onderscheidende concepten kansrijk
- Het is zeer belangrijk dat toerisme en recreatie een positieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid van Borne, bijvoorbeeld door bestedingen, levendigheid, behoud van erfgoed en trots van de inwoners.

Ook zijn er in de werksessie van 12 oktober 2022 een aantal belangrijke dingen opgehaald (zie bijlage 3 voor het verslag):

- Zet niet in op het ontwikkelen van allemaal nieuw aanbod. Er is al veel vrijetijdsaanbod in Borne, maar er valt winst te behalen in de zichtbaarheid en bekendheid van dit aanbod. Zowel onder bezoekers als onder bewoners.
- Kies ervoor om het verhaal van Borne aan de hand van een aantal unieke elementen te vertellen en Borne aan de hand van die elementen te profileren.
- Zet in op het structureler ondersteunen, behouden en versterken van Visit Borne.

Bijlage 1 Leefstijlvinder

Vrijetijdsgedrag verklaard in leefstijlen

De leefstijlen voor recreatie & toerisme geven inzicht in de vrijetijdswensen- en behoeften van Nederlanders. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. Het ene 55+ koppel is het andere niet. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Leefstijlen gaan hiermee een stap verder dan de traditionele indeling van doelgroepen zoals oud, jong, gezinnen, koppels, veel te besteden, weinig te besteden enzovoort.

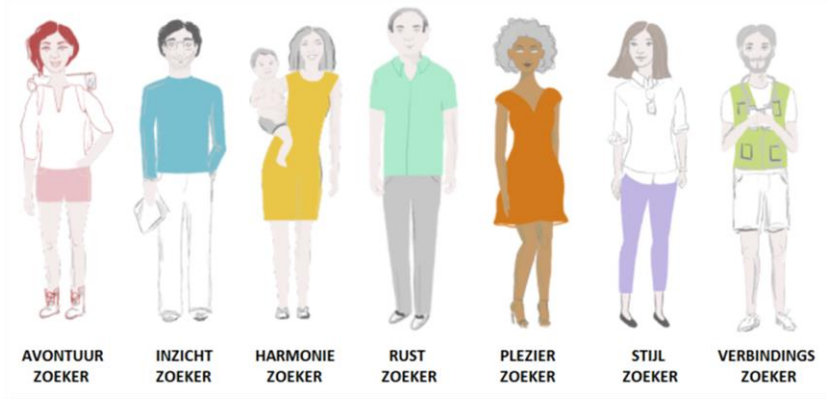
Vier basis leefstijlen geven inzicht in drijfveren

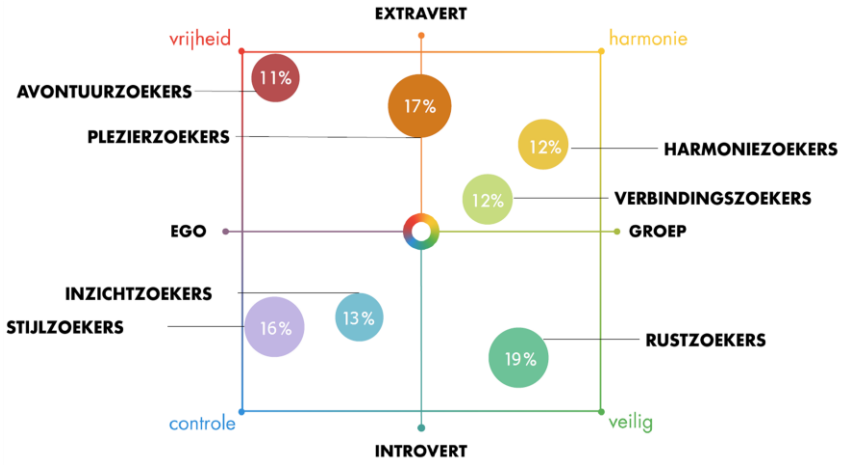
In de basis kent Nederland vier leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan: creatief, harmonieus, controlerend en veilig. De leefstijlen baseren zich op het wetenschappelijke model BSR™. Dit model ontrafelt de drijfveren van mensen en wat te doen om mensen in beweging te krijgen. Van oorsprong is het model gericht op marketing (welke boodschap, welke tone of voice en via welk kanaal zijn de groepen te bereiken), maar het wordt steeds vaker ook gebruikt voor productontwikkeling (welk aanbod sluit aan op de leefstijlen).

De basisleefstijlen onderscheiden zich van elkaar aan de hand van twee gedragsverklarende dimensies. De horizontale as is de sociologische as en maakt onderscheid tussen mensen die gericht zijn op de groep of omgeving (familie, vrienden, enzovoort.) of juist op de eigen persoon (ego). De verticale psychologische as maakt onderscheid tussen mensen die gemakkelijk hun emoties tonen en contact maken (extravert) en mensen die emoties eerder onderdrukken en meer op zichzelf zijn (introvert). Door deze dimensies met elkaar te kruisen, ontstaan vier kwadranten. Door te kijken naar de mate waarin iemand op de groep of ego is gericht en de mate waarin mensen meer ingetogen of meer uitgelaten zijn, kunnen we groepen selecteren die kenmerkend zijn voor vrijetijdsbesteding.

Elke groep heeft eigen voorkeuren

De figuur hiernaast geeft de zeven onderscheidende doelgroepen weer. Elke groep heeft eigen voorkeuren. Meer informatie vindt u op www.leefstijlvinder.nl





Bijlage 2 Actoren vrijetijdseconomie Borne

Organisatie	Doelen & taken	Financiering
Bundeling Bornse Ondernemers	- Belangenbehartiging ondernemers - Organiseren acties - Zitting in SRH - (mede)aansturen dorpsmanager	Leden Ondernemersfonds Incidentele subsidies
Visit Borne / Beleef Boeiend Borne Visitborne.nl	- Vermarkten van Borne binnen Nederland, promotie Borne, - Stimuleren samenwerking - Productontwikkeling - Leiding VTE & cultuur projecten	Gemeente Incidentele subsidies
Stuurgroep reclameheffing (Ondernemersfonds) *(Geen eigen rechtspersoon[28])*	- Adviseren over inzet middelen ondernemersfonds (ca 160.000 per jaar)	Reclameheffing
Bedrijfsvoeringsorganisatie recreatieschap Twente	- Bevorderen en in stand houden van publieke recreatieve / toeristische infrastructuur in Twente; - Aanleg, onderhoud en beheer van T&R voorzieningen met een bovenlokaal karakter (bijv. routes)	Twentse gemeenten
Visit Twente / Marketing oost	- Marketing van Twente, toeristisch en zakelijk - Data, inzichten, marktonderzoek en advies t.b.v. Twentse gemeenten	Twentse gemeenten en provincie
Borne Boeit.nl / stichting Borne Boeit	- Digitaal platform met nieuws over Borne - lokale publieke media-instelling	Advertentie en reclame-inkomsten
Gemeente	- Beheerder ondernemersfonds - Besluit over inzet ondernemersfonds - Subsidie, investeringen en bijdrage in de kosten van cultuur en erfgoed, marketing Twente, recreatieve routes. - Opstellen beleid centra, VTE, enzovoorts	Lokale belastingen, waaronder reclamebelasting Gemeentefonds Subsidies provincie, rijk, …
Ondernemers toerisme, recreatie, retail, verbrede landbouw	- Runnen onderneming voor bezoekers en inwoners	
Natuurorganisaties en hun vrijwilligers	- Beheren natuur en recreatievoorzieningen in de natuur	
Cultuurorganisaties en hun vrijwilligers.	- Exploiteren, ontwikkelen en organiseren culturele voorzieningen en activiteiten	

[28] De SRH is een adviesorgaan dat in haar advisering onafhankelijk is van het gemeentebestuur. De SRH bestaat uit 3 leden van de BBO, een lid van het bestuur van de stichting Exploitatie Kulturhus evenals een onafhankelijk / neutraal lid op persoonlijke titel.

Verenigingsleven, vrijwilligers, w.o. Openluchttheater	- Exploiteren, ontwikkelen, beheren en organiseren div. voorzieningen en activiteiten	