



MEMORIE VAN ANTWOORD

Memorie van Antwoord m.b.t. gestelde vóórvragen ex. artikel 11 van de Verordening op de raadscommissie Beekdaelen 2020 van de raadsfractie **Beekdaelen Lokaal** ten aanzien van het agendapunt **B1 Destinatiemarketing** ter behandeling in de raadscommissie van **25 maart 2021**.

B1 Destinatiemarketing

Vraag 1: Welk effect heeft het besluit van de provinciale staten? Rem op nieuwe aanpak promotie toerisme op het voorstel Destination Marketing.

Antwoord:

Het college van Gedeputeerde Staten van Limburg was voornemens de uitvoering van de provinciale marketing strategie te beleggen bij een nieuw op te richten stichting: Destination Marketing Limburg, die gevormd zou worden door de gemeenten in Noord-Limburg, Visit Noord-Limburg en Limburg Marketing. Hiervoor heeft een aanbesteding plaatsgevonden.

Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing hebben op de betreffende aanbesteding niet ingeschreven omdat zij het niet realistisch achtten, te voldoen aan de gestelde eisen in de offerteaanvraag (o.a. eisen qua prestatie indicatoren, de wijze van vertegenwoordiging van alle regio's in Limburg en het niet uitvoeren van de campagne langs de lijn van de customer journey).

D.d. 5 maart 2021 heeft een commissievergadering van Provinciale Staten plaatsgevonden waarin het niet deelnemen/ inschrijven van Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing is besproken. Dit heeft geleid tot een toezegging van de gedeputeerde om opnieuw in overleg te treden met Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing en de overige partijen met het streven om op korte termijn tot een oplossing te komen.

De ontstane situatie heeft voor de gemeente Beekdaelen geen gevolgen voor de samenwerking met Visit Zuid-Limburg en een eventuele rem op de aanpak van de promotie. De betrokken partijen treden opnieuw met elkaar in overleg en wij verwachten dat zij er in slagen om in gezamenlijkheid (waarbij ook Visit Zuid-Limburg nauw betrokken is/ wordt) vorm te gaan geven aan de uitvoering van de provinciale marketing strategie.

Vraag 2: Wat betekent **Green Destination Certificering** voor de gemeente en haar ondernemers?

Antwoord:

Beekdaelen zet zich in om een GREEN destination te worden. Principes en uitgangspunten zijn o.a.: een stil, veilig en schoon leefmilieu, klimaatvriendelijk, behoud van natuur en landschap en van vergezichten, inwoners die trots zijn op de eigen regio (Meet the Locals, Beekdaelenroute) en van de eigen vrijetijdseconomie genieten, duurzame mobiliteit (stimuleren e-bikes, transferia) en een kleinschalige duurzame lokale economie.

Uitgangspunt is om in 2021/2022 de haalbaarheid te onderzoeken voor de **certificering** (zie uitvoeringsprogramma blz. 23, Destinatiemarketing Beekdaelen) van een GREEN Destination en

welke voorwaarden hieraan zijn gekoppeld. Onderzocht zal o.a. worden aan welke eisen en beleidscriteria voldaan dient te worden en welke mogelijke kosten hiermee gemoeid zijn.

Uitgangspunt is dat voor de gemeente en onze ondernemers inzichtelijk wordt hoe duurzaam onze bestemming/ gemeente is, waar wij op dit moment staan en waar wij ons kunnen verbeteren.

Vraag 3: Wat levert dit op?

Antwoord:

Inzicht in hoe duurzaam (op het gebied van de vrijetijdseconomie) onze gemeente/ bestemming daadwerkelijk is, waar wij op dit moment staan en waar wij ons kunnen verbeteren.

Vraag 4: Waaraan dient voldaan te worden?

Antwoord:

Zoals bij vraag 2 is geantwoord, starten wij met een onderzoek of het voor onze gemeente haalbaar is en aan welke eisen voldaan dient te worden om de GREEN certificering te doorlopen.

Vraag 5: Belemmert dit de ondernemers in het ondernemen en wat zijn de kosten voor de ondernemer?

Antwoord:

Wij verwachten niet dat het verduurzamen van de sector ondernemers zal belemmeren in de exploitatie, maar juist kansen biedt en uiteindelijk zal leiden tot een gunstigere exploitatie.

Vraag 6: Waarom moeten wij en zij dit willen?

Antwoord:

Duurzaamheid is een van de speerpunten van het beleid van de gemeenten Beekdaelen. Wij willen graag inzicht hoe duurzaam onze gemeente op het gebied van de vrijetijdseconomie is en op welke onderdelen wij ons kunnen verbeteren.

Vraag 7: Wat als wij en zij dit niet willen?

Antwoord:

Op het moment dat tijdens de onderzoeksfase blijkt dat Beekdaelen (gemeente en ondernemers) niet kunnen voldoen aan de gestelde eisen en voorwaarden en de GREEN certificering voor Beekdaelen geen meerwaarde heeft, zullen wij adviseren geen GREEN Destination te worden.

Vraag 8: Waar dragen wij als gemeente Beekdaelen aan bij ter promotie van het toerisme in onze gemeente?

Antwoord:

Voorgesteld wordt om jaarlijks €40.000,-- beschikbaar te stellen voor de promotie van de vrijetijdseconomie in onze gemeente. Daarnaast zijn nog twee incidentele kredieten beschikbaar. €10.000,-- voor de Beekdaelen cultuurroute en €15.000,-- t.b.v. een promotiecampagne voor paarden. Genoemde bedragen zijn opgenomen in het voorliggende raadsvoorstel.

Vraag 9: Graag aangeven aan welke "toerisme organisaties" wij financieel bijdragen en met hoeveel euro's. (Eenmalig en/of structureel).

Antwoord:

De gemeente Beekdaelen heeft (evenals de overige Zuid-Limburgse gemeenten) een Convenant (2021-2026) met Visit Zuid-Limburg gesloten waarin de taken en rollen van Visit Zuid-Limburg zijn vastgelegd. Jaarlijks levert de gemeente Beekdaelen een bijdrage van €62.000,-- (2% jaarlijks indexering) aan Visit Zuid-Limburg.

Vraag 10: Zijn er al gedachten hoe om te gaan met de extra stroom aan toeristen? Mn: meer auto's en eventueel bussen.

Antwoord:

Uitgangspunt is extensief toerisme. Wij streven ernaar onze bezoekers zo veel als mogelijk gebruik te laten maken van transferia. Onderdeel van o.a. de aanleg van de Beekdaelenroute is de realisatie van een aantal transferia (p-plaatsen vanwaar men per fiets/ te voet het gebied kan verkennen). In onze promotie geven wij de locaties van de transferia aan, waar de bezoeker kan parkeren en men direct aansluit op bijvoorbeeld de Beekdaelenroute en in de toekomst het Knopen Lopen.

Visie stuk

pag 6: Bedreigingen

Vraag 11: Graag aangeven waarom u schaalvergroting landbouw als bedreiging ziet.

Antwoord:

Het Zuid-Limburgse landschap is de belangrijkste basis voor de vrijetijdseconomie van Zuid-Limburg. De motivatie van gasten om Zuid-Limburg te bezoeken is o.a. de natuur en het landschap. Kenmerkend voor het Zuid-Limburgse landschap zijn de hellingen, steilranden, graften, holle wegen en de droog- en beekdalen met zijn bijzondere flora en fauna. Een verdere schaalvergroting zet deze landschappelijke kwaliteit onder druk.

Vraag 12: Graag aangeven wat bedoeld wordt met: toenemende mismatch tussen vraag en aanbod op de verblijfsrecreatieve markt.

Antwoord:

Onderzoek van de provincie Limburg geeft aan dat er over heel Zuid-Limburg genomen onbalans is in vraag en aanbod voor wat betreft de verblijfsrecreatie. De voorzieningen van een deel van het huidige aanbod van verblijfsrecreatieve bedrijven lopen achteruit en spelen te weinig in op de wensen en behoeften van de kwaliteitstoerist. Een deel van het verblijfsaanbod is verouderd en sluit niet meer aan bij de markt.

Pag 21: Database

Vraag 13: Graag aangeven naar welke doelstellingen hier verwezen wordt om data te verzamelen.

Antwoord:

De promotie acties binnen het Destinatie marketingplan Beekdaelen zijn gericht op bepaalde doelgroepen. Middels het achterhalen van data van bijvoorbeeld waar gasten vandaan komen, hoe oud zij zijn, wat de voornaamste reden is dat zij Beekdaelen bezoeken, welke activiteiten ze gaan doen en hoe ze in aanraking zijn gekomen met Beekdaelen, verkrijgen wij inzicht of de doelgroepgerichte promotie acties werken. Daarbij kan op basis van data bepaalde target gerichte marketing worden ingezet. Als bijvoorbeeld blijkt dat de meeste toeristen uit een bepaalde Nederlandse regio komen, dan kunnen we acties nog gericht inzetten.

Verder is deze data effectief voor o.a. inzet van 1 op 1 marketing. Als we weten dat gasten graag komen om te fietsen, dan kunnen we ze persoonlijk informatie sturen over bijvoorbeeld de Beekdaelenroute en/of andere fietsroutes. Dit zou verder gecombineerd kunnen worden met een aanbod op maat voor de betreffende gast in de vorm van een arrangement.

Belangrijk is dat ten alle tijden de privacywet in acht moet worden gehouden. Zo kan het zijn dat bepaalde data niet voor verdere acties kan worden gebruikt. Op welke wijze data dient te worden verzameld en welke doelstelling we precies wensen te behalen, dient een nadere uitwerking nog plaats te vinden.

Pag 27: Trends

Vraag 14: Graag aangeven hoe wij de tekst over trends dienen te interpreteren in relatie tot het toerisme in de gemeente Beekdaelen.

Antwoord:

De doelgroepen die wij wensen te bereiken en verleiden om een bezoek te brengen aan Beekdaelen, zijn qua profiel en motief vrijwel identiek aan de 'algemene' Zuid-Limburg bezoeker. Zo komt de bezoeker voornamelijk voor de natuur & landschap, om te wandelen en fietsen en te genieten van rust en het Bourgondische leven. Het betreft dan vaak stellen en gezinnen met jonge kinderen.

Het motief om iets te bezoeken kan worden versterkt door gebruik te maken van hedendaagse trends welke gekoppeld kunnen worden aan bijvoorbeeld een product. Zo is er de trend dat mensen op zoek zijn naar echtheid en betekenis en naar het 'offline' zijn. Hier kan op worden ingespeeld door het aanbieden van bijvoorbeeld een bezinroute. Een goed voorbeeld hiervan zijn de onlangs gecreëerde camini's van Zuid-Limburg welke zeer goed worden ontvangen. Voor Beekdaelen zou het creëren van bijvoorbeeld een route langs 'geluksplekken' een product voorbeeld kunnen zijn.

Een andere trend is dat wandelen zeer populair is onder jongeren. Hier kan op worden ingespeeld om het wandelgebied van Beekdaelen extra te belichten langs de Geleenbeek of door de Schinveldse Bossen.

Bekeken dient te worden welke trends sterk toepasbaar zijn op de gemeente Beekdaelen en welke producten hiervoor kunnen worden ontwikkeld en/of verbeterd.