

Het format voor de voorjaarsnota omschrijft de uitdaging voor 7 ontwikkelingen op het gebied van vrijetijdseconomie voor de komende 4 jaar. Deze ontwikkelingen liggen allen in de lijn van de gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie (VTE) 2017-2019 en het Uitvoeringsprogramma VTE (hierna: UVP) de Kempen. Het doel van deze visie vrijetijdseconomie is het stimuleren van de sector, smart vertaald naar de volgende doelstellingen:

- De sector vrijetijdseconomie behaalt een **groei van 2%** per jaar over de komende vijf jaar in het aantal overnachtingen, bezoek van dagjesmensen.
- De **bestedingen** van bezoekers groeien en creëren een toename van minimaal **4%** in het aantal banen in de vrijetijdseconomie.
- **Naamsbekendheid** Brabantse Kempen verhoogd en in de Top 10 van streekmerken.
 - Score van **gemiddeld 9** op de diverse digitale fora voor **gastvrijheid** in regio. (Het creëren van naamsbekendheid van de Brabantse Kempen in de top 10 van streekmerken is voorlopig niet realistisch gezien het ontbreken van onderscheidend vermogen en de schaalgrootte van de Kempengemeenten. Eerst dient de kwaliteit en gastvrijheid op niveau te zijn, zodat alle bezoekers en inwoners ambassadeur worden van De Kempen)

De volgende doelstellingen over de periode 2017-2019 kunnen op basis van dit uitvoeringsprogramma toegevoegd worden:

- Opbouwen **vertrouwen** tussen de Kempengemeenten en tussen de gemeenten en ondernemers om gezamenlijk te investeren in de vrijetijdseconomie.
- **Motivatie** en **bewustwording** van ondernemers om de komende jaren gezamenlijk te investeren in de vrijetijdseconomie.
- **Realiseren van projecten** conform planning en begroting.
- Realisatie en borging **professionele regiomarketing** in een bestaande organisatie.

Om deze doelstellingen te bereiken, zijn drie speerpunten van thematische inzet benoemd:
verleiden, verbinden en verrassen.

Vanuit het uitvoeringsprogramma 2017-2019 en de financiële en organisatorische haalbaarheid van de Kempervisie moet geconcludeerd worden dat over de periode 2017- 2019 gewerkt wordt aan de bovenstaande doelstellingen middels projecten.

Deze periode is te kort om de resultaten te kunnen meten en alle doelstellingen al te realiseren. Dit dient meegenomen te worden in het uitvoeringsprogramma 2020-2025. In 2021 zal een vervolg UVP 2.0 opgesteld worden voor de jaren 2022 t/m 2025.

Alle projecten die we binnen de Kempen dan wel lokaal oppakken dragen bij aan het verbinden, verleiden en/of verrassen en daarmee aan de bovenstaande doelstellingen.

Verbinden/ samenwerken/ gezamenlijke uitvoering gebaseerd op onderscheidend vermogen	Verleiden tot langer te blijven en mogelijk meer te besteden in Eersel danwel de Kempen	Verrassen : nieuwe en bestaande klanten binden door onderscheidende producten
PMC Spannende verhalen de Kempen	PMC Spannend verhaal Eersel: beleving toevoegen	PMC Spannende verhalen: Beleving toevoegen
PMC Boerenleven	PMC Boerenleven	PMC Boerenleven
Brabantse Kempen Magazine	Brabantse Kempenmagazine	
Gastvrijheid		Gastvrijheid
Fietskronkel	Fietskronkel	Fietskronkel
Evenementenkalender	Evenementenkalender	
Digitaal Platform	Digitaal Platform	
Versterken lokale netwerk		
8 schuilhutten opknappen langs de fietsroutes	8 schuilhutten opknappen langs de fietsroutes	
Wandelknooppuntennetwerk optimaliseren	Wandelknooppuntennetwerk optimaliseren	Wandelknooppuntennetwerk optimaliseren

Investeren in de vrijetijdseconomie levert Eersel veel op:

De vrijetijdseconomie is groot belang voor de leefbaarheid van onze gemeente; deze sector brengt mensen samen, zorgt voor sociale cohesie en geeft ruimte aan de ontwikkeling van talent en identiteit. De vrijetijdseconomie creëert werkgelegenheid en economische bedrijvigheid, ze versterkt het vestigingsklimaat en zorgt voor innovatie en creativiteit. Bovendien bepaalt het aanbod in deze sector voor een belangrijk deel de aantrekkelijkheid van de gemeente, zowel voor inwoners als voor toeristen, bedrijven en arbeids- en kennismigranten. Om deze redenen is een inzet op de vrijetijdseconomie nodig.

De coronacrisis onderstreept het belang van de vrijetijdseconomie voor de levendigheid, leefbaarheid en aantrekkelijkheid van Eersel.

De maatschappelijke, sociale en economische impact van de corona-uitbraak is groot. Hoe zou de wereld eruit zien zonder gastvrijheidssector. Dat hebben we afgelopen jaar meegemaakt. Geld verdienen maar niet in je vrije tijd kunnen besteden. Geen sociale contacten, geen leuke uitjes, geen ontspanning buiten de deur, geen zelfontplooiing. Corona overviel ons allemaal, zeker ook de ondernemers. Veel investeringen van bedrijven staan 'on hold'. Dit alles heeft invloed op de toekomstige kwaliteit en vitaliteit van de vrijetijdseconomie en op de levendigheid van onze gemeente en regio. Juist nu vinden wij het belangrijk om hierop in te blijven zetten. Daarom zetten we met dit thema juist in op een hechte Kempenbrede samenwerking op zowel strategisch alsook op projectniveau.

Maatschappelijke meerwaarde vrijetijdssector

De sector voelt een sterke verantwoordelijkheid voor onze gezondheid en ons welzijn: door het faciliteren van onderlinge verbinding en ontmoetingen tussen mensen, door te stimuleren dat mensen in beweging komen – letterlijk en figuurlijk – en hun vrije tijd zinvol kunnen invullen, door te zorgen voor leven in de brouwerij en de broodnodige kennis en ontspanning. Als de coronapandemie iets duidelijk heeft gemaakt, is het hoe diep deze oer-menselijke behoefte is. De maatschappelijke meerwaarde is echter minstens zo belangrijk: het draagt namelijk bij aan onze kwaliteit van leven, de sociale cohesie, de publieke voorzieningen, de aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimten, het kunnen ontmoeten, het aangenaam besteden van vrije tijd en gevoel van 'trots'.

De coronacrisis laat zien dat:

- Vitaliteit, gezond leven, lokaal consumeren en duurzaamheid nog belangrijker worden.
- We er (nog) meer op uittrekken om te wandelen, fietsen en hardlopen.
- We meer vanuit huis werken en meer waarde hechten aan onze directe leefomgeving en de openbare publieke ruimte.
- Er een herwaardering voor Nederland is als bestemming voor een dagje uit of vakantie, zo ook regionaal.

Wat levert investering in de vrijetijdseconomie op:

- Het zorgt voor een levendige gemeente waar veel te doen en te beleven is, met een positief effect op het woon- en vestigingsklimaat voor inwoners, (buitenlandse) werknemers en bedrijven.
- Het stimuleert creativiteit, innovatiekracht en productiviteit.
- Het profileert de gemeente positief en versterkt de regionale & (inter)nationale positie.
- Het heeft een positief effect op het welzijn en welbevinden van de inwoners.
- Het versterkt de regionale economie via directe en indirecte regionale werkgelegenheid, meer bezoekers en meer bestedingen.
- Het versterkt de identiteit en het gevoel van trots

De vele betekenissen van de vrijetijdseconomie

Voor het individu:

- Ontspanning (denk aan vermaak, plezier, wegnemen van stress)
- Ontplooiing (denk aan verdieping of het beoefenen van)
- Ontmoeting (waaronder bezoek aan, deelnemen aan, beoefenen van)
- Ondersteuning (zoals vrijwillig ondersteunen van bijvoorbeeld evenementen, verenigingen of (culturele) instellingen)
- Onderscheiding (bijvoorbeeld tot uiting brengen van de eigen identiteit via bezoek, beoefening en interesse in)

Voor de maatschappij:

- Sociale functie (sociale cohesie, collectieve identiteit)
- Emancipatoire functie (via sport en cultuur kunnen maatschappelijke groepen hun aanwezigheid en identiteit tonen)

Voor de economie:

- Bron van werkgelegenheid
- Factor in de regionale (en stedelijke) aantrekkelijkheid
- Bijdrage aan het Bruto Regionaal Product.

Cijfers Brabant breed

Vrije tijd wordt belangrijker in onze maatschappij. Het geeft mensen tijd en ruimte voor reflectie, ontspanning, gemeenschapsbeleving en verbeelding. Het biedt de kans om nieuwe energie op te doen. Het is ook een belangrijke economische sector. Steeds meer mensen zijn hierin werkzaam en een steeds groter deel van ons inkomen geven we eraan uit; in onze provincie gaat het om ongeveer 79.000 banen [5], dat is zes procent van de werkgelegenheid, en circa 4,8 miljard euro aan bestedingen per jaar [3].

Recreatie en toerisme

Recreatie en toerisme spelen een steeds grotere rol in de economie. De toeristisch-recreatieve sector groeide in Nederland de afgelopen tien jaar harder dan de economie als geheel. Recreatie en toerisme verhogen ook in Eersel de leefbaarheid: denk aan fiets- en wandelroutes.

Onze provincie heeft veel attracties (waaronder 's lands grootste: de Efteling), telt vier Nationale Parken en kent een groot aandeel familievakanties. Zonder toeristen zouden de Brabanders zelf niet kunnen profiteren van zoveel aanbod [4].

1. In 2019 brachten Nederlanders ruim 1,9 miljoen vakanties door bij Brabantse verblijfsaccommodaties (8,8 miljoen overnachtingen). Ze besteedden gemiddeld 167 euro [5]. In 2019 verbleven 1,3 miljoen buitenlandse gasten (het merendeel uit België en Duitsland) hier zakelijk of toeristisch (3,2 miljoen nachten; 47% meer dan in 2012) [4].

2. Het aantal uitstapjes in Brabant nam tussen 2015 en 2018 met 26% toe tot 279 miljoen. Buitenrecreatie, uitgaan en recreatief winkelen zijn het populairst. 84% van de uitstapjes komt op conto van Brabanders zelf en 34% blijft binnen de eigen gemeente [4].

POSITIONERING VAN EERSEL IN REGIONALE STRATEGIE

“Kempisch wonen in een Wereldregio”, “Parel van de Kempen”. Zomaar een paar titels die we graag toeschrijven aan Eersel. Onze gemeente is dan ook aantrekkelijk, maar dit is niet vanzelfsprekend. Een gezamenlijke investering is nodig om ook in toekomst aantrekkelijk te blijven voor inwoners, bezoekers en ondernemers.

Voor het gezamenlijk investeren in de aantrekkelijkheid en deze te vergroten voor de inwoners, toeristen en ondernemers zijn de afgelopen periode (2017 t/m heden) vanuit drie programmaliijnen activiteiten ontwikkeld:

1. MRE/ Brainport regio

Binnen de MRE wordt nadrukkelijk ingezet om binnen de economie meer aandacht te geven aan de “brede welvaart” en welzijn. Naast arbeid, financiële middelen, huisvesting, gezondheidszorg, scholing en persoonlijke ontwikkeling draagt de invulling van de vrije tijd, recreatie en zingeving in grote mate bij aan het welzijn van mensen. Participatie en samenwerking regiomarketing binnen de Brainport regio door oa de ontwikkeling van een nieuwe website onder de HUB Eindhoven

2. Kempen

Met jaarlijks 2,5 miljoen overnachtingen, € 240,- miljoen aan bestedingen en ruim 4000 banen is het belang van de vrijetijdseconomie groot voor de vijf Kempen gemeenten

Het gezamenlijk met de Kempen gemeenten vastgestelde Visie en uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie (2017) met uitwerking van diverse Kempen projecten met een UVP 2.0 en daar bijbehorende projecten in ontwikkeling.

3. Lokaal

Versterking en verbinding van een sterke lokale VisitEersel organisatie. Professioneler door de aanstelling van de VisitEersel manager, met focus op de kwaliteit en verbinden van binnen de verschillende dorpskernen om vervolgens krachtig de verbinding te zoeken met de regio. In te spelen op de veranderende markt waar bij ontmoeten en (het unieke)beleving de sociale meerwaarde creëren.

Eindnoten:

1. Beleidskader vrije tijd, cultuur en sport 2021-2022, Provincie Noord-Brabant, 2021
2. Corona en de betekenis voor het culturele leven, SCP, november 2021
3. Continu Vrijetijdsonderzoek tabellenrapport Noord-Brabant, NBTC-NIPO Research, 2019
4. Continu Vakantieonderzoek 2012-2019, NBTC-NIPO Research, 2019
5. Banen van werknemers naar regio en economische activiteit 2010-2018, CBS, 2019