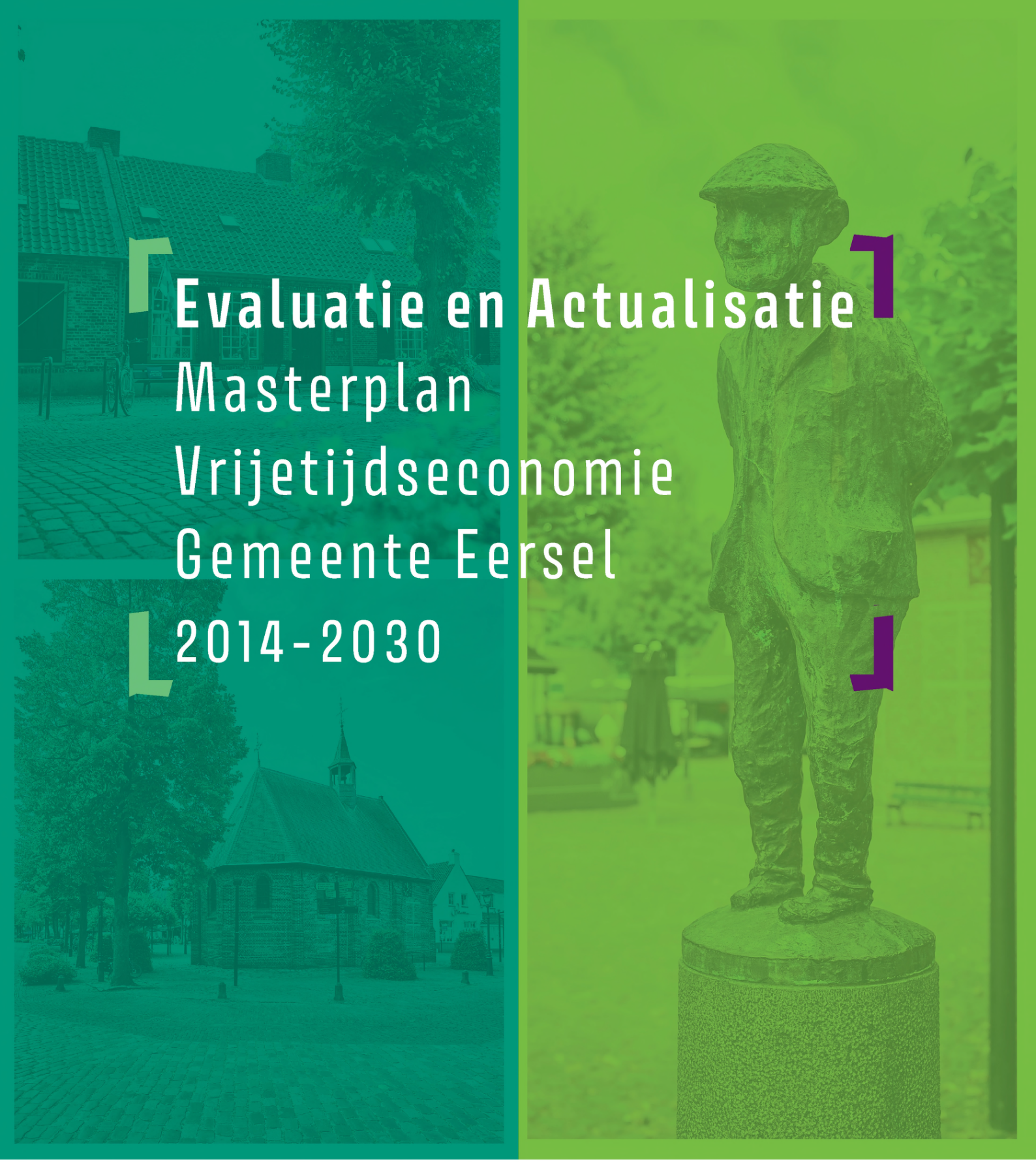


Evaluatie en Actualisatie Masterplan Vrijetijdseconomie Gemeente Eersel 2014-2030

gemeente Eersel

Kempisch wonen in een wereldregio

Leisurebrains

THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY

INHOUD

1. Inleiding 3

2. Brede welvaart 5

3. Conclusies en aanbevelingen 6

3.1 Algemeen 6

3.2 Hernieuwde doelstellingen 7

3.3 VisitEersel 10

3.4 Bezoekerscentrum De Kempen 12

3.5 Samenwerking in de Kempen en met Brainport 13

3.6 Overige aanbevelingen 14

4. Samenvatting 16

Rapportage met bijlagen

Onderdeel van dit hoofddocument is een separate rapportage met bijlagen

1. INLEIDING

Voor u liggen de resultaten van de evaluatie en actualisatie van het Masterplan Vrijetijdseconomie 2014-2030. Kort samengevat is er invulling gegeven aan de vraag om te komen tot een tussentijdse evaluatie van de doelstellingen en uitgangspunten, waarbij een en ander in een actueel perspectief is geplaatst op basis van huidige trends en ontwikkelingen. Tevens is er oog geweest voor enkele recente ontwikkelingen in de gemeente met betrekking tot VisitEersel, de samenwerking in de regio en het beoogd bezoekerscentrum.

De conclusies die we trekken en de aanbevelingen die we doen, zijn grotendeels tot stand gekomen op basis van de gevoerde gesprekken met een groep stakeholders, aangevuld met onze eigen expertise en kennis.

In het algemeen zijn we van mening dat de gemeente op koers ligt met het behalen van de doelstellingen. Het Masterplan Vrijetijdseconomie 2014-2030 is overigens niet het enige koersdocument geweest in deze periode. Er zijn meer rapporten en visies opgeleverd in de Kempen in deze periode. Denk in dit geval bijvoorbeeld aan Visie Vrijetijdseconomie De Kempen 2016, uitvoeringsprogramma 1 2017-2020 en vervolgens 2022-2025 en het toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen 2021.

Het belang om te komen tot een vitale sector en hier in gezamenlijkheid aan te werken, is ongekend groot en het siert de gemeente dat men daar haar rol pakt. We zien dat ook terug in het coalitieakkoord 2022-2026.

> *'Wij hebben fijne en mooie dorpen, met activiteiten gedragen door onze inwoners en ondernemers. Dit willen wij graag zo houden. Levendigheid zorgt voor een fijne en veilige leefomgeving. Vrije-tijdsbesteding, recreatie en toerisme zijn belangrijk voor deze levendigheid in onze dorpen en voor onze inwoners. Ook actieve dorpen en buurtschappen leveren daar een grote bijdrage aan. Wij gaan de vrijetijdseconomie waar nodig verder tot bloei brengen, vanuit het besef dat onze inwoners in hun vrije tijd willen genieten van diverse vormen van beleving. VisitEersel, ontwikkelingen Kempenmuseum, ontwikkelen van groene zones voor wandelen, fietsen, recreëren en ontmoeten worden zo snel als mogelijk (verder) gerealiseerd. Door beleving toe te voegen aan nieuwe en bestaande fiets- en wandelroutes maken we het aantrekkelijker om eropuit te gaan. Dit pakken we samen op met de naburige Kempengemeenten. Hierbij moet gedacht worden aan de fietskronkels, de natuurtoren en de belevingsroutes. Maar ook aan het realiseren van groene zones rondom de dorpen, waar men kan wandelen, fietsen en recreëren.'*
>
> *Coalitieakkoord 'Dichtbij en betrokken' 2018-2022.*

We hebben in de lijn van dit coalitieakkoord ook naar de evaluatie en actualisatie van het Masterplan gekeken en aanbevelingen gedaan voor de periode tot 2026. Het geeft daarbij vertrouwen dat Eersel in 2023 beschikt over een vitaal toeristisch ecosysteem, waarbij er wel meer aandacht moet zijn voor verbreding, diversiteit en minder seizoen gebondenheid, juist vanwege de grote afhankelijkheid die we nu nog zien. Bijvoorbeeld op basis van de resultaten van de top 5 van gerealiseerde overnachtingen in Eersel 2021:

- Recreatiecentrum TerSpegelt in Eersel 71.5%
- Eurocamping Vessem 11.6%
- Hotel 46 in Wintelre 2.6%
- Golf & Recreatiepark 't Caves in Wintelre 2.4%
- D'n Hazelaar (Kamphuis) in Eersel 1.4%

Daarbij is regionaal denken belangrijker dan ooit. Eindhoven Regio is een 'city of villages'. Eersel is op het gebied van vrije tijd een belangrijke partij in deze, maar kan het niet alleen.

In een sessie met een kleine groep ondernemers hebben we rondom het Masterplan Vrijetijdseconomie 2014-2030 uitvoerig gebrainstormd met als richtinggevende vraag:

Hoe beleeft de gast, recreant, toerist en/of inwoner de gemeente Eersel in 2030 op recreatief gebied en welke stappen moeten de stakeholders zetten om daar ook in de tweede fase van 8 jaar constructief aan bij te dragen om die beleving in 2030 te realiseren?

Daarbij is er ook aandacht geweest voor de rol van VisitEersel in de uitvoering. Ook daar gaan we in deze rapportage op in.

Zie voor de gespecificeerde opdrachtformulering, werkwijze en onderzoeksvragen hoofdstuk 1 tot en met 3 van de bijlagen.



2. BREDE WELVAART

Het belang van toerisme en recreatie, in de volle breedte van de sector (inclusief binnenlands, inkomend en uitgaand toerisme, verblijfs- en dagrecreatie, horeca, sport, cultuur, zakelijke gastvrijheid, vervoer van toeristen en recreanten en evenementen), werd in het pre-coronatijdperk vooral vertaald in de grote directe economische waarde..

Op 18 oktober 2022 stond er een artikel in het Eindhovens Dagblad met de volgende kop:

'Dankzij Kempisch Bedrijven Park miljoenen euro's naar Kempengemeentes.'

Als we de cijfers uit het artikel berekenen komen we uit op een bedrag van € 333.3000 per jaar per gemeente over de looptijd in jaren. In vergelijking tot de vrijetijds-sector verdienen de 4 genoemde gemeenten circa 2.5 miljoen per jaar aan toeristenbelasting!

Inmiddels weten we dat inzet op vitaal Toerisme en Recreatie geen doel, maar bovenal een middel is om te komen tot een brede welvaart. Facilitering van de vrijetijdssector is geen wettelijke taak, maar het belang is dermate groot vanuit economie en leef-baarheid dat de stakeholders een grote mate van verbondenheid moeten voelen en een gezamenlijke WHY moeten omarmen. De eerder geformuleerde WHY blijft dan ook onverminderd belangrijk:

Het versterken van de vrijetijdseconomie, waar-door deze sector een sterkere pijler onder het economisch beleid van de gemeente blijft en waardoor de gemeente Eersel, met al haar kerk-dorpen en als onderdeel van de Brabantse Kempen, tot een aantrekkelijke gemeente kan worden vergroot om te wonen, te verblijven en te bezoeken.

Het belang van toerisme en recreatie is dus zowel vanuit economisch perspectief als vanuit leefbaar-heid groot en ook al diep in de Eerselse samen-leving verweven De sector draagt bij aan het succes van andere sectoren (inkomen en werkgelegenheid voor toeleveranciers, vestigingsklimaat etc.) en levert haar bijdrage aan maatschappelijke uit-dagingen (ontmoeten, kwaliteit van leven, geluk, inclusie, et cetera). In opdracht van Gastvrij Nederland is in 2021 onderzoek gedaan naar de vraag: Wat zou de Nederlandse samenleving verliezen wanneer de sector toerisme en recreatie niet overeind blijft en wat is er nodig om haar maat-schappelijke waarde te behouden en, liever nog, die waarde te vergroten?

Bijdragen T&R aan maatschappelijke doelen

Indicator	Plek in Top-25	% Positieve invloed	% Negatieve invloed
Werkgelegenheid	1	97%	0%
Inkomsten voor bedrijven, bewoners en overheid	2	96%	0%
Inkomsten voor toeleveranciers	3	95%	0%
Kwaliteit en kwantiteit van horeca	4	94%	6%
Kwaliteit en kwantiteit van recreatieve voorzieningen (musea, pretparken ed.)	5	91%	2%
Vestigingsklimaat van de regio (voor bedrijven)	6	82%	2%
Routenetwerken voor fietsen, wandelen, varen, etc.	7	92%	2%
T&R maakt ons minder afhankelijk van andere sectoren (Negatieve invloed: Regio te afhankelijk van T&R)	8	69%	21%
Kwaliteit van cultureel erfgoed	9	87%	3%
Bijzondere of toonaangevende evenementen	10	85%	2%
Trots van bewoners op de regio	11	92%	5%
Kwaliteit van natuurlijk erfgoed	12	68%	25%
Ontmoetingen tussen mensen	13	85%	4%
Diversiteit	14	71%	7%
Inclusiviteit	15	73%	4%
Kwantiteit en kwaliteit van publieke voorzieningen	16	59%	3%
Kennisontwikkeling en innovatie	17	75%	1%
Onderwijs en banen voor mensen met minder kansen	18	60%	2%
Kwaliteit en kwantiteit van detailhandel	19	83%	7%
Kansen medewerkers m.b.t. leren van vaardigheden	20	88%	1%
Carrièreperspectief	21	79%	0%
Sociale cohesie	22	58%	11%
Infrastructuur en mobiliteit	23	68%	15%
Kwaliteit van publieke ruimtes	24	77%	9%
Kwaliteit en kwantiteit van openbaar vervoer	25	65%	4%

Economische waarde
Waarde voor de leefomgeving
Waarde voor sociale processen

Bron: Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie Gastvrij Nederland 2021).

Zie voor de uitgebreide antwoorden op de vragen uit dit onderzoek hoofdstuk 5 van de bijlagen.

3. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

3.1 Algemeen

Nieuw masterplan

De planperiode waar het Masterplan voor is geschreven, is in onze optiek erg lang. We adviseren de gemeente Eersel om het Masterplan tot uiterlijk 2026 (sluit aan bij coalitieperiode) leidend te laten zijn en in de tussentijd tot een nieuw toekomstbestendig plan te komen.

Verbinding met ander uitdagingen

Het valt ons ook op dat het Masterplan 2014-2030 hoog over is geschreven en slechts deels beklijft bij ondernemers. Men is praktisch ingesteld en wil aan de slag met concrete zaken. Zorg dat een nieuw Masterplan met concreet uitvoeringsplan ook verbonden wordt (op een harmonieuze en integrale wijze) met de andere uitdagingen binnen de gemeente. Wij zijn van mening dat een gezonde vrijetijdssector deels het antwoord kan zijn op thema's als leefbaarheid, transitie buitengebied, wonen en duurzaamheid.

Wederom kan daarbij de verbinding worden gelegd met het coalitieakkoord waar alle relevante thema's voor de gemeente Eersel zijn benoemd.

Ambitie onverminderd actueel

Wij onderschrijven hiermee de ambitie dat de vrijetijdseconomie een zeer belangrijk middel is om bij te dragen aan de grotere maatschappelijke en economische opgaven waar de gemeente Eersel voor staat in de snel veranderende wereld.

Het toeristische en recreatieve speelveld is echter, mede door trends, ontwikkelingen, economische en maatschappelijk ontwikkelingen ook veranderd. Hier hebben we rekening mee gehouden.



3.2 Hernieuwde doelstellingen

In hoofdstuk 7 van de bijlagen hebben we de oorspronkelijke doelstellingen opgenomen. Wij hebben deze, naar aanleiding van de gesprekken met de stakeholders, bewerkt en komen derhalve tot de volgende bijgestelde en/of nieuwe doelstellingen tot en met 2026.

Jaarrond verblijfsrecreatie

Het aantal overnachtingen kende een stijgende lijn tot 2018 (circa 494.000). Door de Covid-19 pandemie was er een daling te zien in 2020 (circa 320.000). Naar verwachting wordt de stijgende lijn de komende jaren weer behaald. 2022 laat (ook juist door de Covid-19 pandemie en de daarmee de stijgende vraag naar binnenlandse, dichtbij vakanties) een stijging zien.

Streef naar groei, in relatie tot een stabielere jaarrond verdeling (dus buiten de bestaande seizoenen om), door te verkennen welke nieuwe aanbieders hier op in kunnen spelen. In het Masterplan worden bijvoorbeeld hotels genoemd. Verken de regionale hotelmarkt van vraag en aanbod en kom tot ruimtelijke keuzes waar logischerwijs hotels gesitueerd kunnen worden. Voorkom daarbij dat het een politieke discussie wordt, denk steeds vanuit de gast en het concept. Maak ambtelijke capaciteit vrij voor deze verkenning. De beoogde bestedingen, genoemd in 2014, worden niet gemeten.
We komen hier op terug in een extra toegevoegde doelstelling.

Bijgestelde doelstelling:
Gezonde groei verblijfsrecreatie.

We streven naar groei van de verblijfsrecreatie met de focus op een stabielere jaarrond bezetting.
We verkennen om die reden ook de regionale (hotel) markt (vraag en aanbod). We denken vanuit de gast na over gewenste concepten en de bijbehorende ruimtelijke keuzes.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente in afstemming met initiatiefnemers/ondernemers.

Bevorderen gezonde werkgelegenheid/innovatief ondernemerschap

De behoefte aan een stijging van de werkgelegenheid is momenteel niet aan de orde. Er is inmiddels eerder een groot tekort aan personeel. Zeker in Eersel, waar Brainport een aanzuigende werking heeft, is het voor de sector recreatie en toerisme ontzettend lastig om personeel te binden en te boeien.

Behoud als gemeente daarom juist de faciliterende, stimulerende en ondersteunende rol door ondernemers te enthousiasmeren innovatiever te worden, waarbij men ook met minder personeel het bedrijf kan runnen. Denk bijvoorbeeld aan een ontwikkeling als robotisering. Spreek hierover met brancheorganisaties en ondernemers.

Trek ook met hen samen op richting onderwijsinstellingen om af te dwingen dat er een grotere instroom wordt gecreëerd van relevante studenten, specifiek voor de vrijetijdssector. Vanuit andere sectoren vindt eenzelfde lobby plaats.

Als er gekozen wordt voor nieuwe concepten (waaronder hotels), voorkom dan dat de personeelstekorten in de sector daardoor nog verder oplopen. Nieuw concepten moeten innovatiever zijn en minder afhankelijk van personeel. Ze dienen zich te focussen op de perioden waarin de levendigheid in Eersel nog een boost kan gebruiken (dus buiten het hoogseizoen in de periode oktober-maart).

Nieuwe doelstelling:
Bevorderen innovatief ondernemerschap.

We enthousiasmeren en stimuleren ondernemers om creatief en innovatief in te spelen op de krapte op de arbeidsmarkt, welke naar verwachting nog langere tijd zal aanhouden. De gemeente heeft daarbij een faciliterende en stimulerende rol en trekt daarbij op met brancheorganisaties, ondernemers en onderwijsinstellingen.
Focus op nieuwe concepten bij voorkeur op de rustige perioden in het jaar: oktober-maart.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: ondernemers en brancheorganisaties.

Toeristisch profiel

Het belang van de doorontwikkeling van het toeristisch profiel, uitgaande van de eigen kernwaarden, is nog onverminderd groot. Grote stappen zijn gezet door het oprichten van één marketingorganisatie voor Eersel met een duidelijke missie en visie: VisitEersel.

Het toeristisch DNA profiel van Eersel is beschreven, veel ondernemers werken al op basis van de gewenste gasten uit de leefstijlvinder en Eersel heeft daardoor een duidelijke positie in de regio de Brabantse Kempen. Voor de verdere doorontwikkeling en bredere verankering is ons advies om hier nog meer ondernemers en belangenorganisaties bij te betrekken, zowel lokaal als regionaal. VisitEersel wil dit zelf overigens ook en heeft hier onlangs de organisatie voor ingericht.

Bijgestelde doelstelling:
Brede doorontwikkeling toeristisch profiel

Het toeristisch profiel voor onze gemeente wordt verder doorontwikkeld. Hiermee neemt de gemeente Eersel een duidelijke lokale positie in, ook t.o.v. de Brabantse Kempen en Brainport regio, waarbij we uitgaan van de waarden zoals verwoord in de slogan (Buitengewoon mooi) van VisitEersel.

De belangrijkste uitvoerende taak hiervoor ligt bij VisitEersel, in samenwerking met de ondernemers. De gemeente bewaakt de kwaliteit en heeft een faciliterende en stimulerende rol bij het voortbestaan van VisitEersel.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel en ondernemers.



Aantrekkelijkheid dagrecreatie

Houd vast aan de doelstelling dat er een grote waardering moet zijn voor de dagrecreatie, maar verbreedt die opgave naar de gehele sector.
In de oorspronkelijke doelstelling stond een 8 als referentie. Er is bij ondernemers ongekend veel kennis over reviews van gasten en de meeste ondernemers meten ook stelselmatig de tevredenheid. Kom tot een systematiek om de diverse metingen te middelen als een soort thermometerstand. Dit is meteen een belangrijk agendapunt in de voorgestelde kwartaalbijeenkomsten met ondernemers. Stuur op negatieve excessen, vier de successen.

We kunnen niet vaststellen of de beoogde groei van 20 miljoen naar 30 miljoen per jaar is behaald. We verwachten het wel, mede wederom door de effecten van inflatie. Dit wordt echter niet actueel gemeten en deze conclusie is dan ook niet hard. We komen hier op terug in een extra toegevoegde doelstelling.



In de oorspronkelijke doelstelling stond verwoord dat de gemeente zich in moet zetten voor het aantrekken van investeerders. We adviseren deze doelstelling te koppelen aan het wel of niet verkennen van de markt voor hotels en in elk geval te streven naar meer jaarrond exploitatie. Feitelijk geldt deze verkenning echter ook weer voor het geheel.

Kernvraag: Welke trekkers, waaronder evenementen, zijn binnen te halen om ervoor te zorgen dat, buiten de reguliere drukke perioden, aanvullende recreatieve traffic kan worden gegeneerd? Bepaal ook of nieuwe concepten passen bij de gewenste doelgroepen. Het afwegingskader dat al is gemaakt, kan daarvoor worden gebruikt.

Bijgestelde doelstelling:
Aantrekkelijke kwaliteit en gewaardeerde variëteit.

In 2030 is de gemeente Eersel nog aantrekkelijker voor de gast, met een gevarieerd aanbod voor het besteden van vrije tijd, waarbij een stijgende lijn te zien is in de totale bestedingen. Het aanbod wordt hoog gewaardeerd en wordt, naast eventueel extern onderzoek, gemeten via gesprekken met ondernemers, delen van reviews en gasttevredenheid. Het bepalen van de hoogte van de waardering, het creëren van nieuw aanbod en het benutten van kansen op het gebied van vrijetijdsbesteding is een samenspel tussen gemeente, ondernemers en VisitEersel.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, ondernemers en VisitEersel.



Samenwerking

Het belang van de koppeling van ondernemers en belanghebbenden uit de vrijetijdseconomie, bij het organiseren van activiteiten en de promotie van de gemeente Eersel, blijft onverminderd overeind staan. Het genoemde aantal van 12 nieuwe product marktcombinaties, is naar verwachting ruimschoots behaald. Een en ander heeft uiteraard ook te maken met de definitie die wordt gehanteerd.

Maak VisitEersel verantwoordelijk voor het monitoren en vooral het (mede)ontwikkelen van nieuwe product marktcombinaties en laat ze tijdens de kwartaalsessies met ondernemers steeds de nieuwe product marktcombinaties zien.

Bij de gemeente kan intern ingezet worden op integrale samenwerking met alle beleidsvelden, zodat vrijetijd een wezenlijke drager wordt van de toekomst van Eersel. Extern creëert de gemeente, in samenwerking met VisitEersel, de lobby met regionale, provinciale dan wel landelijke destinatie-management– en marketingorganisaties.

Nieuwe doelstelling: Samen werken en samenwerking.

In 2026 werkt VisitEersel samen met ondernemers op lokaal, regionaal en bovenregionaal niveau rondom promotie, activiteiten en product-markt-combinaties. Hierdoor weet VisitEersel een grote toegevoegde waarde te leveren en is haar bestaansrecht geborgd.
De continuïteit en professionaliteit is geborgd.

De gemeente faciliteert waar nodig. Daarvoor wordt binnen de gemeente optimaal en intensief de samenwerking gezocht met andere beleidsvelden, waardoor vrijetijdseconomie een onderdeel wordt van de brede welvaart.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente en VisitEersel.

3.3 VisitEersel

De kernvraag die gesteld werd aan stakeholders was of VisitEersel als uitvoeringsorganisatie past bij de ambitie, doelstellingen en uitgangspunten van het Masterplan Vrijetijdseconomie 2014-2030.
Het algehele beeld was dat de organisatie meer mandaat moet krijgen, maar dat ook deels zelf af kan dwingen door de leiding te nemen.
De organisatie krijgt het advies om nog nadrukkelijker te laten zien wat men te bieden heeft en uit te dragen waar men voor staat. Organiseer bijvoorbeeld werktafels en creëer een denktank.

De gemeente wordt geadviseerd de organisatie te faciliteren om ook stevige successen te kunnen realiseren.

Er wordt ook gerefereerd aan de zwakte van de organisatie. VisitEersel is een jonge en nieuwe organisatie. Er wordt gebouwd aan een team en vanwege de Covid-19 pandemie heeft men zich nog niet echt kunnen bewijzen. Er is bij ondernemers grote waardering voor de resultaten, maar een aandachtspunt is de continuïteit. De organisatie mag steviger neer worden gezet.

Nieuwe doelstelling: Verbreding en lokale verbondenheid Visit Eersel.

We komen tot een stevigere continuïteit van de organisatie door de Raad van Advies uit te breiden met lokale ondernemers.

Ondernemers die hier niet de tijd of de competenties voor hebben, worden geacht nadrukkelijker als ambassadeur een bijdrage te leveren of als deelnemer aan de werktafels of lid van de denktank van zich te laten horen.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: VisitEersel en ondernemers.



Er is ook doorgevraagd hoe de informatievoorziening voor VisitEersel er uit moet zien in 2030?

Eenieder ziet de toegevoegde waarde in het gezamenlijk promoten van Eersel voor, tijdens en na het bezoek in de regio en geeft aan dat VisitEersel hier goede stappen in zet.
Aanvullend geeft men aan:

- Laat VisitEersel op elke overnachtingslocatie zichtbaar zijn. Mogelijk kunnen ondernemers en medewerkers worden getraind om beter informatie te kunnen geven aan gasten. Iedere ondernemer kan immers informatie geven, gevraagd en ongevraagd.
- Fysieke zichtbaarheid is zeker nog gewenst, maar zet vooral in op digitale zichtbaarheid. Denk daarbij aan nieuwe inwoners in de Brainport regio. Vergeet daarnaast de tool niet om ook de leek en local verder te helpen. Ben de 'Marktplaats' van Eersel. Heb in alle uitingen oog voor de meertaligheid.
- Werk samen met ondernemers. Zij kunnen de verbindende factor zijn tussen gast en VisitEersel.
- De Markt is een van de iconische trekkers van Eersel waar nog altijd veel bezoekers komen. Een fysieke kiosk (wel of niet bemenst) of informatiezuil is hier een pre.
- Aanwezigheid bij het bezoekerscentrum (wel of niet bemenst) is ook een pre. Zet daar vooral in op beleving en inspiratie.
- Vermeld op het dorpsnaambord VisitEersel als partner. Zorg voor een terugkerende herkenbaarheid van de Eersel brand, liefst in de gehele Kempen.
- Benoem alle locaties die aangesloten zijn bij VisitEersel op de website van VisitEersel, nabij de informatiepunten en in de communicatie. Dit onder de voorwaarden dat ondernemers het andersom ook doen.

- VisitEersel kan nog behoorlijk groeien qua naamsbekendheid en het vertrouwen van de achterban is aanwezig. De groei kan vorm krijgen eenvoudige zaken, zoals het ontwikkelen van VisitEersel producten of door naambordjes van personeel te voorzien van VisitEersel logo, maar ook door het organiseren van workshops over de natuurbeleving van Eersel, café VisitEersel, een klantreis, social media gastvrijheidstraining, help er komt een Expat in de winkel etc.
- Het advies is om het brandbook uit te breiden met een toolkit (voorbeelden hoe ondernemers de Eersel brand kunnen doortrekken in hun bedrijf).
- Ook in het databeheer en de bijbehorende analyse zou VisitEersel een trekkersrol kunnen vervullen.

We adviseren om een separate evaluatie van VisitEersel te plannen waarin er gekeken wordt naar de effectiviteit en verbetermogelijkheden voor de organisatie. Daarnaast adviseren we om het rendement en de toegevoegde waarde van VisitEersel, welke is onderstreept door de deelnemers aan de twee werksessies, inzichtelijk te maken richting alle stakeholders.

Hiervoor denken we met name aan een kwalitatief onderzoek met recreatieondernemers en samenwerkingspartners, maar ook aan een kwantitatieve peiling/enquête onder bijvoorbeeld vrijwilligers, inwoners en bezoekers van de gemeente. Er zit waarde, maar deze waarde is nog onvoldoende gekwantificeerd. Dit kan VisitEersel helpen in de verdere professionaliseringsslag van de organisatie.

Nieuwe doelstelling: Groter denken, groter doen.

We trekken intensiever op om tot een sterker totaal te komen. VisitEersel is daarbij de verbinder, de voortrekker, de specialist in het verleiden en het behouden van de (toekomstige) gast. We komen tot een sterkere positionering, waarbij aandacht is voor de inrichting, het takenpakket en de verantwoordelijkheden van VisitEersel.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: VisitEersel.



3.4 Bezoekerscentrum De Kempen

We hebben het museum bezocht en kennis genomen van het bidbook uit 2022. Het museum kan een ideale plek zijn om als verbinding te zorgen voor alle kenmerken die te maken hebben met de identiteit. Dat is het nu echter nog niet. We zien voldoende houvast bij het bidbook om daar naar te transformeren. We hebben daar ook vertrouwen in. We stellen wel vragen bij de locatie in relatie tot de verwachte aantallen bezoekers. Het museum ligt nu nabij een woonwijk met relatief weinig parkeergelegenheid. Het is een punt van aandacht.

Met stakeholders hebben we verder gesproken over het doel, de doelgroep en de ontsluiting van informatie van een bezoekerscentrum dat gekoppeld wordt aan het museum. Informatievoorziening, een gastvrij onthaal en inspiratie zijn de woorden die genoemd worden, ofschoon men ook verwacht dat de digitale ontsluiting van informatie meer en meer de overhand gaat krijgen.
Vooralsnog ziet een deel van de stakeholders wel de meerwaarde van een koppeling van museum en bezoekerscentrum/informatievoorziening, maar daarbij moet niet uitgesloten worden dat fysieke informatievoorziening en -overdracht tegelijkertijd ook op andere plekken kan worden gerealiseerd. Ook wordt verwacht dat de behoefte aan fysieke overdracht van informatie in de toekomst verder afneemt.

Over de exacte definitie waar een informatiepunt overgaat in een interactief bezoekerscentrum en hoelang de huidige bezoeker nog verlangt naar een fysiek informatiepunt of een separaat bezoekerscentrum is geen consensus.

Vooralsnog ziet men als doelgroep iedereen die Eersel dan wel De Kempen bezoekt. Verwacht wordt dat vooral ouderen geïnteresseerd zijn.

De locatie wordt niet als een toplocatie gezien vanwege de ligging in een woonwijk. De juiste horeca (volop beleving en kwaliteit) kan uiteraard weer wel een aanvullende trekker zijn om deze locatie te bezoeken.

Nieuwe doelstelling: Multifunctioneel en wendbaar.

Zorg voor een modulaire indeling van de informatiefunctie die bij te stellen is als de tijd rijp is voor nieuwe functies. Voorkom een te statische keuze en denk goed na over de relatie met bijvoorbeeld de toekomstige positionering van VisitEersel (frontoffice) en de markt van Eersel als logische trekker.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel, Kempenmuseum.



3.5 Samenwerking in de Kempen en met Brainport

We juichen de samenwerking enorm toe. Met een samenwerking kan 1 en 1 alleen maar 3 worden. We stellen vast dat dit ook zo gevoeld wordt bij VisitEersel. Ons valt in Eersel wel op dat bij een deel van de stakeholders het sentiment over het eigen dorp het soms wint van het logisch en gewenst denken vanuit de gast of bezoeker. Groter denken vanuit De Kempen als geheel is echt cruciaal!

Kerkdorpen

Met de stakeholders hebben we de mogelijkheden tot verdere verbinding tussen de 6 kerkdorpen verkend. Vragen die we voor hebben gelegd waren bijvoorbeeld:

- Wat hebben de dorpen met elkaar gemeen?
- Welke ideeën zijn er om te komen tot verbinding?
- Hoe gaan we deze ideeën voor elkaar krijgen?

Er zijn verschillen tussen de dorpen, maar de gezamenlijke identiteit overheerst. De kansen die gezien worden om te komen tot verdere verbinding zijn herkenbare hoogwaardige fysieke verbindingen (betere wandelpaden en spannendere fietspaden), alsmede uniformiteit en herkenbaarheid in bewegwijzering en bebording in relatie tot de gezamenlijke merkbeleving. VisitEersel wordt gezien als de partij die hier invulling aan kan geven.

Nieuwe doelstelling: Kom tot een uniforme merkbeleving in de 6 kerkdorpen.

We zorgen dat de gast of bezoeker de kerkdorpen als een logisch geheel herkent en ook wil verkennen. We doen dit door een gezamenlijke merkbeleving te creëren. Denk aan bebording en bewegwijzering.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente en Visit Eersel.

Brainportregio

Met de stakeholders hebben we de kansen verkend om tot verdere samenwerking te komen in de Brainportregio. De ontwikkelingen in de Brainportregio hebben invloed op de vrijetijdseconomie van de gemeente Eersel en de Kempen regio. Waar de ene groep de kennismigranten (200.000) ziet als een nieuwe doelgroep binnen de doelgroep inzichtzoekers, ziet de andere groep de kennismigranten juist als een bedreiging. De andere kant van de kansen is immers de druk op de woningmarkt, natuur en recreatiegebieden.

Een toenemende druk op recreatie en toerisme vanuit de Brainportregio in de natuurgebieden, betekent ook een toename in geluid, vervuiling en andere schadelijke factoren voor natuur en omgeving. Het is dan ook van belang dat er een balans gecreëerd wordt tussen natuur en recreatie. Het sturen en managen van recreanten zal hierin centraal staan. VisitEersel kan hier een duidelijke rol in pakken zowel digitaal als via fysieke informatiepunten.

Nieuwe doelstelling: De toename van kennismigranten zien we als een kans.

We gaan in gesprek met de Brainportregio en komen tot bestemmingsmanagement rondom de grote groep kennismigranten. We zien deze groep als een kans. Als er druk ontstaat in bepaalde perioden of gebieden komen we tot slimme product-markt-combinaties die zorgen voor spreiding.

Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel en ondernemers. Denk ook aan terrein beherende organisaties.

In de bijlagen zijn alle genoemde kansen opgenomen rondom Eersel, De Kempen en de Brainport regio.

3.6 Overige aanbevelingen

Meten is weten

Werk samen in de regio en kom tot een slim, compact en betaalbaar monitoringsysteem wat inzicht geeft in de relevantie van de sector.
Doe het niet eenmalig, maar over een langere periode en in elk geval tot en met 2026. Deze actie is opgenomen is het uitvoeringsprogramma. 2022-2025.

Doelgroepen

Denk veel meer in doelgroepen, maar segmenteer daarbij ook. Uit een eerste verkenning zijn bijvoorbeeld de gasten op de Markt in Eersel voor 1/3 deel lokale mensen, 1/3 deel dagrecreanten en 1/3 deel toeristen. Binnen die groepen zijn er weer diverse leefstijlen te herkennen. Hetzelfde geldt voor de verblijfsrecreatie. Het is een andere type leefstijl dat kiest voor Ter Spegelt dan voor bijvoorbeeld een B&B in Duizel. De nieuwe doelgroep; de internationale gast (kennismigrant) heeft een andere manier van vrije tijd besteden dan een bewoner of nationale toerist.

Het segmentatiemodel Glocalities kan een handige tool zijn, aanvullend op de leefstijlvinder. In een ondernemerssessie laat dit thema zich prima verder uitwerken.

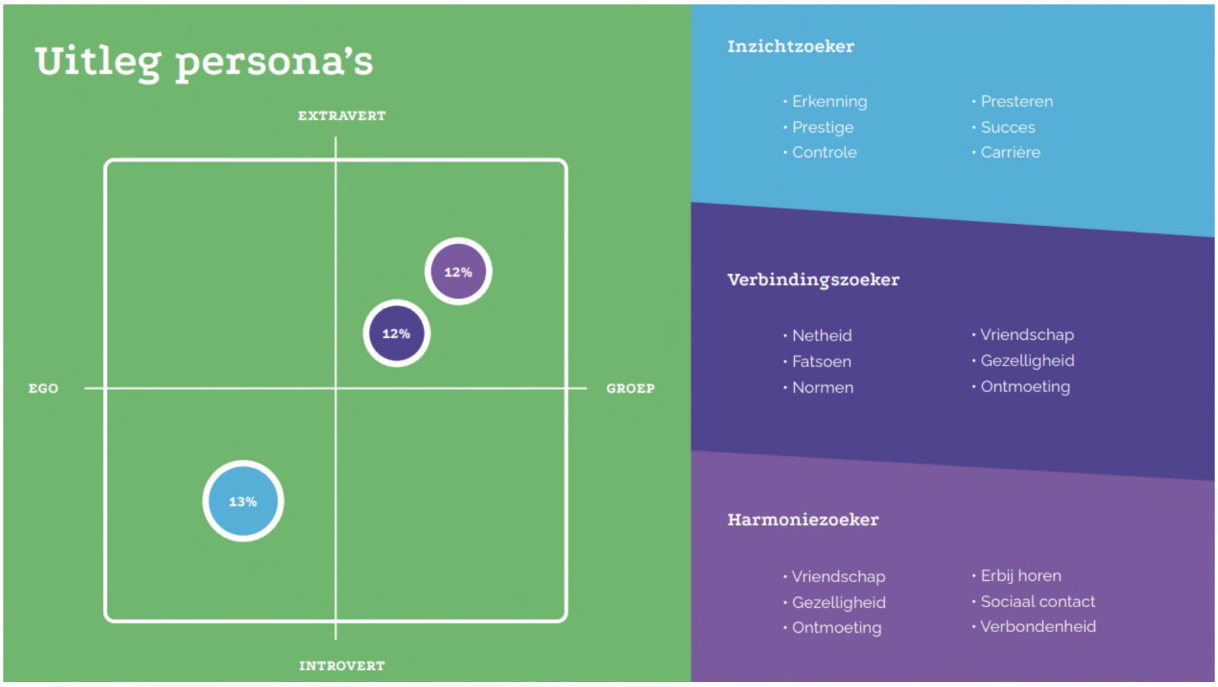
Uitgangspunten

Neem waar nodig de nog relevante uitgangspunten uit 2014 op bij de desbetreffende doelstelling.
Als voorbeeld het uitgangspunt: 'Ingezet wordt op overnachtingsmogelijkheden met een jaarrond-exploitatie'. Koppel dit uitgangspunt nadrukkelijk aan de doelstelling om te komen tot meer overnachtingen. Dan is het ook logisch dat er niet naar meer overnachtingen wordt gestreefd in het hoogseizoen, maar juist daar buiten.

Maak het SMART

We adviseren, aanvullend op het Masterplan, een compact (lokaal) uitvoeringsdocument te maken waarin de doelstellingen SMART worden geformuleerd en beschreven wordt welke activiteiten en initiatieven jaarlijks worden ontplooit, door wie en waarom en voorzien van een financiële paragraaf.

Dit uitvoeringsprogramma sluit aan bij regionale plannen en wordt jaarlijks geëvalueerd. Het College van B&W en/of de gemeenteraad moet steeds kunnen volgen waar en welke acties worden uitgevoerd.



Dat is nu lastig, deels omdat de doelstellingen versnipperd als acties zijn opgenomen in meerdere uitvoeringsplannen. Het gaat ons dus niet om een dubbele registratie, maar om het beter kunnen traceren van de acties.

Regiefunctie

Leg de regie voor de uitvoering van dit Masterplan in belangrijke mate neer bij VisitEersel. Werk bijvoorbeeld met een dienstverleningsovereenkomst. Laat hen het proces bewaken en elk kwartaal een update aanleveren van de vorderingen. Doe dit onder de voorwaarde dat men een groep formeert die hier periodiek overleg over voert. Zorg dat deze groep een team vormt waar disciplines bij elkaar komen. Denk daarbij in elk geval aan vertegenwoordiging van de gemeente en ondernemers.

Antwoorden op richtinggevende vragen

Bij de start van de evaluatie en actualisatie werden, deels vanuit de gemeente en deels vanuit ondernemers, een aantal richtinggevende vragen ingebracht. In de sessies met stakeholders hebben we getracht te komen tot de beantwoording van de richtinggevende vragen. De vragen en antwoorden zijn opgenomen in de bijlagen.





4. SAMENVATTING

Het belang van toerisme en recreatie is ook diep in de Eerselse samenleving verweven: de sector draagt bij aan het succes van andere sectoren (inkomen en werkgelegenheid voor toeleveranciers, vestigingsklimaat et cetera) en levert haar bijdrage aan maatschappelijke uitdagingen (kwaliteit van leven, geluk, inclusie, et cetera). In het algemeen zijn we van mening dat de gemeente op koers ligt met het behalen van de doelstellingen op basis van het Masterplan Vrijetijdseconomie Gemeente Eersel 2014-2030.

Het belang om te komen tot een vitale sector en hier in gezamenlijkheid aan te werken, is echter ongekend groot. Voor VisitEersel zien we een belangrijke rol weggelegd in de uitvoering.

(bijgestelde) doelstellingen

Gezonde groei verblijfsrecreatie	We streven naar groei van de verblijfsrecreatie met de focus op een stabielere jaarrond bezetting. We verkennen om die reden ook de regionale (hotel)markt (vraag en aanbod). We denken na over de gewenste concepten en de bijbehorende ruimtelijke keuzes.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente in afstemming met initiatiefnemers/ondernemers.
Bevorderen innovatief ondernemerschap	We enthousiasmeren en stimuleren ondernemers om creatief en innovatief in te spelen op de krapte op de arbeidsmarkt, welke naar verwachting nog langere tijd zal aanhouden. De gemeente heeft daarbij een faciliterende en stimulerende rol en trekt daarbij op met brancheorganisaties, ondernemers en onderwijsinstellingen. Focus op nieuwe concepten bij voorkeur op de rustige periodes in het jaar.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: ondernemers en brancheorganisaties.
Brede doorontwikkeling toeristisch profiel	Het toeristisch profiel voor onze gemeente wordt verder doorontwikkeld. Hiermee neemt de gemeente Eersel een duidelijke lokale positie in, ook t.o.v. de Brabantse Kempen en Brainport regio, waarbij we uitgaan van de waarden zoals verwoord in de slogan (Buitengewoon mooi) van VisitEersel. • Groen, landelijk, wijds, uitzicht & natuur. • Kunst, cultuur, verwondering, innovatie & verhalen. • Tevredenheid, nuchterheid, gezelligheid, gastvrijheid & terrasjes.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel en ondernemers.

	De belangrijkste uitvoerende taak hiervoor ligt bij VisitEersel, in samenwerking met de ondernemers. De gemeente bewaakt de kwaliteit en heeft een faciliterende en stimulerende rol bij het voortbestaan van VisitEersel.	
Aantrekkelijke kwaliteit en gewaardeerde varieteit	In 2030 is de gemeente Eersel nog aantrekkelijker voor de gast, met een gevarieerd aanbod voor het besteden van vrije tijd, waarbij een stijgende lijn te zien is in de totale bestedingen. Het aanbod wordt hoog gewaardeerd en wordt, naast eventueel extern onderzoek, gemeten via gesprekken met ondernemers, delen van reviews en gasttevredenheid. Het bepalen van de hoogte van de waardering, het creëren van nieuw aanbod en het benutten van kansen op het gebied van vrijetijdsbesteding is een samenspel tussen gemeente, ondernemers en VisitEersel.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel en ondernemers.
Samen werken en samenwerking	In 2026 werkt VisitEersel samen met ondernemers op lokaal, regionaal en bovenregionaal niveau rondom promotie, activiteiten en product-markt-combinaties. Hierdoor weet VisitEersel een grote toegevoegde waarde te leveren en is haar bestaansrecht geborgd. De gemeente faciliteert waar nodig. Daarvoor wordt binnen de gemeente optimaal en intensief de samenwerking gezocht met andere beleidsvelden, waardoor vrijetijdseconomie een onderdeel wordt van de brede welvaart.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente en VisitEersel.
Verbreding en lokale verbondenheid VisitEersel	We komen tot een stevigere continuiteit van de organisatie door de Raad van Advies uit te breiden met lokale ondernemers Ondernemers die hier niet de tijd of de competenties voor hebben, worden geacht nadrukkelijker als ambassadeur een bijdrage te leveren of als deelnemer aan de werktafels of lid van de denktank van zich te laten horen.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: VisitEersel en ondernemers

Groter denken, groter doen	We trekken intensiever op om tot een sterker totaal te komen. VisitEersel is daarbij de verbinder, de voortrekker, de specialist in het verleiden en het behouden van de (toekomstige) gast. We komen tot een sterkere positionering, waarbij aandacht is voor de inrichting, het takenpakket en de verantwoordelijkheden van VisitEersel.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: VisitEersel.
Multifunctioneel en wendbaar	Zorg voor een modulaire indeling van de informatiefunctie die bij te stellen is als de tijd rijp is voor nieuwe functies. Voorkom een te statische keuze en denk goed na over de relatie met bijvoorbeeld de toekomstige positionering van VisitEersel (frontoffice) en de markt van Eersel als logische trekker.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel, Kempenmuseum.
Kom tot een uniforme merkbeleving in de 6 kerkdorpen	We zorgen dat de gast of bezoeker de kerkdorpen als een logisch geheel herkent en ook wil verkennen. We doen dit door een gezamenlijke merkbeleving te creëren. Denk aan bebording, eenduidige huisstijl en bewegwijzering.	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente en VisitEersel.
De toename van expats zien we als een kans	We gaan in gesprek met de Brainportregio en komen tot bestemmingsmanagement rondom de grote groep Expats. We zien deze groep als een kans. Als er druk ontstaat in bepaalde perioden of gebieden komen we tot slimme productmarkt-combinaties die zorgen voor spreiding	Bij de uitvoering is/zijn de volgende partij(en) primair aan zet: de gemeente, VisitEersel en ondernemers. Denk ook aan terrein beherende organisaties.

Tot slot hebben we in deze rapportage nog enkele aanvullende adviezen gegeven.

Voorbereiding nieuw Masterplan

We adviseren de gemeente Eersel om het Masterplan tot uiterlijk 2026 (sluit aan bij coalitieperiode) leidend te laten zijn en in de tussentijd tot een nieuw toekomstbestendig plan te komen.

Monitoring

Werk samen in de regio en kom tot een slim, compact en betaalbaar monitoringsysteem wat inzicht geeft in de relevantie van de sector, conform de actie opgenomen in de het uitvoeringsprogramma. 2022-2025. Denk veel meer in de doelgroepen, maar segmenteer daarbij ook.

Compact lokaal uitvoeringsdocument

We adviseren, aanvullend op het masterplan, een compact (lokaal) uitvoeringsdocument te maken waarin de doelstellingen SMART worden geformuleerd en beschreven wordt welke activiteiten en initiatieven jaarlijks worden ontplooit, door wie en waarom. Leg de regie voor de uitvoering van dit Masterplan in belangrijke mate neer bij VisitEersel.

Separate evaluatie VisitEersel

We adviseren om een separate evaluatie van VisitEersel te plannen waarin er gekeken wordt naar de effectiviteit en verbetermogelijkheden voor de organisatie. Daarnaast adviseren we om het rendement en de toegevoegde waarde van VisitEersel, welke is onderstreept door de deelnemers aan de twee werksessies, inzichtelijk te maken richting alle stakeholders. Hiervoor denken we met name aan een kwalitatief onderzoek met recreatieondernemers en samenwerkingspartners, maar ook aan een kwantitatieve peiling/enquête onder bijvoorbeeld vrijwilligers, inwoners en bezoekers van de gemeente. Er zit waarde, maar deze waarde is nog onvoldoende gekwantificeerd. Dit kan VisitEersel helpen in de verdere professionaliseringsslag van de organisatie.

