



TOEKOMST RECREATIEVE INFORMATIEVOORZIENING MEIERIJSTAD

Oktober 2020



Inhoudsopgave

1. Inleiding, doelstelling en aanpak	3
2. Huidige situatie informatievoorziening	4
3. Relevante ontwikkelingen in Meerijstad	7
4. Plan voor de toeristisch-recreatieve informatievoorziening Meerijstad	9
5. Consequenties voor personeel	12
6. Consequenties voor vrijwilligers	13
7. Consequenties voor het netwerk	14
8. Consequenties voor huisvesting	15
9. Consequenties voor musea	16
10. Fasering	18
11. Naamgeving	19
12. Financiële consequenties	20
13. Samenvatting	22
Bijlage 1 Organisatie en inventarisatieronde	23
Bijlage 2 Trends en ontwikkelingen in relatie tot informatievoorziening	24
Bijlage 3 Analyse van de huidige situatie informatievoorziening in Meerijstad	26
Bijlage 4 Analyse van de scenario's centrale organisatie op gebied van recreatie en toerisme	31
Bijlage 5 Taken behorende bij een informatievoorziening	32
Bijlage 6 Financiële vertaling organisatiestructuur TRIM Meerijstad	33

1. Inleiding, doelstelling en aanpak

In Meerijstad vinden jaarlijks ca 70.000 overnachtingen plaats bij campings, hotels, B&B's en groepsaccommodaties en trekken de belangrijkste dagrecreatieve accommodaties samen bijna 500.000 bezoeken¹.

Meerijstad telt ruim 81.000 inwoners, die er (nagenoeg) allemaal dagtochten² houden en gebruik maken van voorzieningen, vaak in de eigen woonplaats. De belangrijkste activiteit is uitgaan (horeca) gevolgd door buitenrecreatie, sport en winkelen.

Al deze inwoners en bezoekers oriënteren zich op hun verblijf of dagtocht. Een partij in dat geheel is de VVV. De gemeente Meerijstad beschikt over drie VVV's in de kernen Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. Zij worden alle op verschillende wijzen ingevuld.

Het College van B&W heeft gevraagd om een plan te formuleren over de wijze waarop de toeristisch-recreatieve informatievoorziening in de gemeente Meerijstad de komende jaren kan worden ingericht wat betreft taken, organisatie, huisvesting en financiën.

Ten behoeve van deze vraagstelling is een projectgroep samengesteld en is er een uitgebreide inventarisatieronde gehouden bij stakeholders (bijlage 1). Ook is gebruik gemaakt van de diensten van een student van de toeristische opleiding BUas te Breda, die onderzoek heeft gedaan naar trends in de informatievoorziening en onder de vrijwilligers bij de VVV's (bijlage 2).

Uit alle input komen de volgende hoofdlijnen naar voren:

- a. Focus verleggen naar digitale informatievoorziening
- b. Ondersteunend netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's)
- c. Invulling van een centrale organisatie als spil in het netwerk

In deze nota is deze denkrichting verder uitgewerkt.

¹ Visie recreatie en toerisme Meerijstad, november 2018, pag. 9.

² Dagtocht is een recreatieve activiteit waarvoor men ten minste twee uur van huis is, zonder dat daarbij een overnachting elders plaatsvindt.

2. Huidige situatie informatievoorziening

De huidige informatievoorziening in Meierijstad is in grote lijnen een voortzetting van de wijze waarop het in de voormalige gemeenten is geregeld.

Informatievoorziening in Schijndel

- Hier is sprake van een VVV-agentschap³.
- De VVV is gelegen in het Jan Heestershuis, waar ook het Museum Jan Heestershuis is gevestigd.
- Er is sprake van een gezamenlijke baliefunctie van de VVV en het museum.
- De baliefunctie wordt ingevuld door gastvrouwen. Dit zijn vrijwilligers die worden aangestuurd door de VVV-coördinator en de conservator van Museum Jan Heestershuis.
- Daarnaast zijn er nog andere vrijwilligers actief die rondleidingen verzorgen (in museum, naar Glazen Boerderij).



VVV in Jan Heestershuis in Schijndel

Informatievoorziening in Sint-Oedenrode

- Hier is sprake van een VVV-winkel⁴.
- De VVV-winkel is gehuisvest in het Sint-Paulusgasthuis, waar ook het Museum van Brabantse Mutsen en Poffers gevestigd.
- Er is sprake van een gezamenlijke baliefunctie van de VVV en het museum.
- De baliefunctie wordt ingevuld door gastvrouwen. Dit zijn vrijwilligers die worden aangestuurd door de VVV-coördinator uit Schijndel.
- De VVV biedt ook rondleidingen/wandelingen door vrijwilligers aan.

³ Een VVV-agentschap is ondergebracht bij een organisatie die haar organisatie voor eigen rekening en risico exploiteert. Om de naam VVV te mogen voeren betaalt deze organisatie jaarlijks een bedrag aan VVV Noordost Brabant (VVV NOB)

⁴ Een VVV-winkel is een zelfstandige entiteit, die onder de naam VVV mag worden geëxploiteerd.



VVV in Sint Paulusgasthuis in Sint-Oedenrode

Informatievoorziening in Veghel

- Hier is sprake van een VVV-agentschap.
- De VVV maakt onderdeel uit van het UITpunt, dat op haar beurt een integraal onderdeel is van de bibliotheek.
- Het UITpunt is gevestigd aan de Markt in Veghel (Het Raadhuis).
- De baliefunctie van het UITpunt is gecombineerd met de baliefunctie van de bibliotheek (en het erfgoedlokaal).
- De meest werkzaamheden betreffen het ontsluiten en online beschikbaar stellen van informatie op het gebied van kunst, cultuur en daar is in de loop van de tijd recreatie en toerisme bijgekomen.
- Het UITpunt wordt ingevuld door medewerkers van de bibliotheek.
- Het UITpunt werkt samen met vrijwilligers binnen een gidsenkring met o.a. heemkundekring, IVN en lokale ondernemers.



VVV/UITpunt in bibliotheek in Raadhuis in Veghel

Bezoekersaantallen en contacten

- Totaal ca. 8.000 bezoekers per jaar: Schijndel 1500, Sint-Oedenrode 3.000, Veghel 3.500 (raming).
- Totaal enkele duizenden telefonische en email-contacten per jaar.
- Leeftijdsinschatting van bezoekers VVV Schijndel: < 50 jaar 10%, 50-65 jaar 25% en ouder dan 65 jaar 65%
- Verhouding inwoner-toerist: ca 50%- 50%

Omzet VVV's

	Inkoop	Verkoop	Brutomarge
VVV Schijndel (2019)	30.230	33.322	3.092
VVV Sint-Oedenrode (2018)	30.691	34.682	3.991
UITpunt Veghel (2018)	65.622	75.841	10.219

75-80% van omzet bestaat uit de verkoop van (VVV-)bonnen.

VVV-agentschappen bij bedrijven

Op dit moment zijn er in Meierijstad VVV-agentschappen gevestigd bij 3 toeristisch-recreatieve ondernemers (Kampeer- en wijnboerderij Winery & Herbs in Schijndel, Hotel café Hart van Bourdonck in Boerdonk en Brasserie Het Tramstation in Erp).

In bijlage 3 is een uitgebreide analyse opgenomen van de huidige situatie van de VVV's in Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel.



Markt in Veghel

3. Relevante ontwikkelingen in Meierijstad

Beleid recreatie en toerisme

In de 'Visie recreatie en toerisme Meierijstad' (november 2018) wordt specifiek ingegaan op de ontsluiting van recreatief-toeristische informatie:

- Van losse toeristische organisaties naar één toeristische organisatie voor Meierijstad. Deze organisatie brengt het aanbod in kaart en redigeert en updatet continu de informatie over recreatief aanbod, bezienswaardigheden, arrangementen en evenementen.
- Overzicht van het aanbod: digitaal (website en/of app) en fysiek (TIP's op trafficlocaties).

Citymarketingbeleid

Met het citymarketing beleid (februari 2019) wil de gemeente samen met stakeholders Meierijstad zo goed mogelijk op de kaart zetten, zodat meer mensen voor onze gemeente kiezen.

Bezoekerswebsite Meierijstad

Vanuit verschillende invalshoeken leeft de wens voor de ontwikkeling van een bezoekerswebsite voor de gemeente Meierijstad. Op dit moment is er sprake van een sterk versnipperde ontsluiting van informatie op dit vlak. Inmiddels is het project gestart met als doel eind 2020 de website gereed te hebben.

Het Wenkend Perspectief in Schijndel

Onder de werktitel 'Het Wenkend Perspectief' wordt het voormalige gemeentehuis aan de Markt getransformeerd. Met de herbestemming van het voormalige gemeentehuis wordt een tweetal projecten samengevoegd die zijn opgenomen in de 'Mijlpalen van Meierijstad 2017-2022'⁵:

- 'We realiseren in samenwerking met Bibliotheek NOBB een nieuw inhoudelijk dienstverleningsconcept van de bibliotheek voor onze inwoners in Schijndel'.
- 'We leggen de raad een voorstel voor ten behoeve van een gemeentelijke voorziening voor het bezichtigen van onze gemeentelijke kunstcollectie, voorzien van een depotfunctie'.

Het gebouw krijgt een nieuwe invulling als ontmoetingscentrum voor de gemeenschap in Schijndel. De bibliotheek en gemeente zijn de gebruikers. De gemeente presenteert in Het Wenkend Perspectief de gemeentelijke kunstcollectie, Burgerzaken en het KlantenContactCentrum (KCC). Er komt een gezamenlijke balie van bibliotheek en KCC. De bibliotheek en gemeente (vanuit kunst en cultuur) zijn met elkaar in gesprek over de inzet van gastvrouwen/-heren. Dit dienstverleningsconcept dient nog nader uitgekristalliseerd te worden.

⁵ Mijlpalen van Meierijstad 2017-2022, pagina's 32 en 33

Een optie is om de VVV ook een plek te geven in Het Wenkend Perspectief. Voor een VVV-punt is vooralsnog een indicatieve locatie opgenomen. De bouwwerkzaamheden zijn inmiddels gestart. De planvorming rondom inrichting, beheer en exploitatie is in volle gang. Vanaf medio 2020 worden hierover keuzes gemaakt.

Herinrichting van Het Raadhuis Veghel

De huisvestingslocatie aan de Markt van het UITpunt (en de gehele bibliotheek) staat voor een transformatie. De logica in het gebouw wordt teruggebracht tot een goed en coherent geheel. De indeling en inrichting worden geactualiseerd, zodat de functies weer tot hun recht komen en er een ontmoetingsplek ontstaat voor inwoners, toeristen en organisaties, die past bij deze tijd. Er komt een centrale ontvangst- en verblijfsruimte.



Fietsknooppuntenroute bij Boerdonk

4. Plan voor de toeristisch-recreatieve informatievoorziening Meierijstad

Gelet op de beperkte huidige bezoekersaantallen en de groei en focus op online informatievoorziening stopt de gemeente met de zelfstandige exploitatie van VVV's in Schijndel en Sint-Oedenrode.

De invulling en ontsluiting van de toeristisch-recreatieve informatievoorziening in de toekomst in Meierijstad wordt gebaseerd op 3 pijlers:

1. Focus verleggen naar digitale informatievoorziening
2. Ondersteunend netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's)
3. Invulling van een centrale organisatie als spil in het netwerk

Focus verleggen naar digitale informatievoorziening

Inwoners, dagbezoekers en verblijfgasten die op zoek zijn naar toeristisch-recreatieve informatie in en over Meierijstad, doen dit al volop digitaal. En dit wordt in de toekomst alleen maar belangrijker. De focus op digitaal wordt onderschreven door VVV NL.

Op dit moment is er in Meierijstad sprake van een versnipperde ontsluiting van informatie over recreatie en toerisme. Vanuit verschillende invalshoeken is er dan ook de wens te komen tot een bezoekerswebsite voor de gemeente Meierijstad. Dat geldt voor de gemeente om haar profiel en identiteit te versterken vanuit toerisme en recreatie en citymarketing en voor de organisaties actief op het gebied van city-/centrummanagement in Veghel, Sint-Oedenrode en Schijndel. De website creëert ook meerwaarde voor toeristisch-recreatieve ondernemers(organisaties). De huidige websites van de VVV's en de bibliotheek (UITpunt) zullen hierin opgaan.

Op de website krijgen de thema's uit het citymarketingbeleid extra aandacht (food, natuur en cultuur). Ook de afzonderlijke kernen binnen Meierijstad krijgen een plek. Een belangrijke behoefte is een Meierijstad-brede evenementenkalender. Ook is er aandacht voor verhalen en routes.

Naast een functie voor de eigen inwoners wordt de website ingezet om kansrijke doelgroepen naar Meierijstad te trekken zoals de groepenmarkt, festivalgangers en de verblijfstoeristen.



Wandelen in de Hurksebossen in Erp

Inmiddels is het project gestart en is het streven naar een oplevering eind 2020. Een website bouwen en vullen is één, maar de website dient ook te worden onderhouden en bezoekers te genereren. Voor het beheer, de content en de marketing wordt een beroep gedaan op alle relevante partijen. Er komt een (nog in te vullen) redactieraad. En jaarlijks zal er gewerkt worden met een marketingplan dat door de redactieraad en het Platform Gastvrij Meierijstad wordt vastgesteld. Nadruk zal liggen op online marketing.

Ondersteunend netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's)

Ondersteunend aan de digitale omgeving zet de gemeente in op de realisatie van een netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's) op locaties met reuring en waar recreanten en toeristen al komen. Denk aan hotels, campings, horeca en locaties in de clusters van de recreatieve motor. Een VIP is een serviceproduct voor de eigen gasten maar ook voor mensen van buiten (inwoners, wandelaars, fietsers).

De term VrijetijdsInformatiePunten (VIP's) is vooral nog een werknaam (zie ook paragraaf 11). Met de aanduiding 'Vrijetijd' wordt tot uitdrukking gebracht dat het meer is dan alleen toeristisch-recreatieve informatie. Het gaat om een breed aanbod. In feite komt de ontsluiting van informatie over recreatie en toerisme als ook de ontsluiting van de informatie over cultuur, kunst en erfgoed samen in de VIP's. De term Vrijetijd omvat het geheel.

Het aantal VIP's dient nader bekeken te worden (gedacht wordt aan 10-20 Meierijstad-breed). Meerdere ondernemers hebben aangegeven hiervoor interesse te hebben. Ook binnen het Platform Gastvrij Meierijstad is draagvlak voor de opzet van VIP's. Het concept VIP is een combinatie van online en offline. Online wordt er informatie beschikbaar gesteld via een tablet/scherm. Er komt steeds meer online informatiemateriaal beschikbaar via apps/websites. De VIP's kunnen een belangrijke rol spelen bij promotie en uitleg hiervan. Offline gaat het om traditioneel informatiemateriaal als wandel- en fietsroutes, folders, plattegronden e.d. Ook hieraan blijft behoefte. Criterium bij VIP's is ook het aanbieden van persoonlijke dienstverlening en advies (door ondernemer, baliemedewerker). Per VIP zullen er accentverschillen zijn afhankelijk van de omvang van de locatie, beschikbare ruimte, soort organisatie. Ook VVV NL adviseert niet te kiezen voor een generieke inrichting, omdat locatie, doelgroep, sfeer en beleving overal anders zijn.

Met een netwerk van VIP's is recreatieve-toeristische informatie toegankelijk zowel in de hoofdkernen als in de kleine kernen en het buitengebied. Met de VIP's wordt een veelvoud van de huidige bezoekers aan VVV's bereikt.



Kanoën op de Dommel in Sint-Oedenrode

Centrale organisatie als spil in het netwerk

De focus op digitalisering en de opzet van VIP's vergen een goede aansturing en continuïteit. Er is behoefte om dit onder te brengen in een centrale organisatie. Daarvoor zijn meerdere scenario's verkend (bijlage 4).

Het voorstel is Noordoost Brabantse Bibliotheken (NOBB) een centrale rol te geven op basis van de volgende overwegingen:

- Het is een grote organisatie met veel kennis en ervaring juist in het ontsluiten van informatie. Dit is één van de kerntaken.
- De bibliotheek heeft veel ervaring met digitalisering en beheer van websites. Het voornemen is om voor de nieuwe bezoekerswebsite ook een beroep op de bibliotheek te doen.
- Toerisme en recreatie kennen een sterke verwevenheid met kunst en cultuur, festivals, evenementen en erfgoed. Deze thema's zorgen voor de inhoud en beleving van recreatie en toerisme en citymarketing ('cross-overs'). Juist de bibliotheek is in staat deze integrale informatievoorziening te bieden.

Samengevat betekent bovenstaande dat NOBB bereid is haar taken als UITpunt voor Veghel waarbij in eerste instantie de nadruk lag op een fysieke ontsluiting van informatie op het gebied van kunst en cultuur, te verdiepen en verbreden met een online ontsluiting en een netwerkfunctie ook voor recreatie en toerisme Meierijstad-breed.

De netwerkfunctie betekent dat NOBB aansluit op de netwerken in de (hoofd)kernen, in de clusters in de recreatieve motor en Meierijstad-breed (zoals bijv. Platform Gastvrij Meierijstad). Ook de gemeente is een belangrijke stakeholder voor NOBB.

Gelet op de centrale rol van NOBB in de ontsluiting van informatie en in het netwerk wordt NOBB gevraagd de VIP's op te zetten, te voeden en te faciliteren in samenwerking met de stakeholders.

Ook de locaties van de bibliotheken zelf vormen onderdeel van het netwerk van de VIP's in Meierijstad. Bibliotheken zijn locaties met veel bezoekers⁶. Deze vormen een uitstekende basis voor een VIP als serviceproduct. Hiermee kunnen bezoekers aan de bibliotheek, die moeite/geen toegang hebben tot digitale informatievoorziening op het gebied van recreatie, toerisme, kunst, cultuur en erfgoed ook bediend worden.

De wijze van invulling van VIP's bij bibliotheken is aan NOBB: in het Wenkend Perspectief in Schijndel, in het heringerichte Raadhuis in Veghel en aan de Markt in Sint-Oedenrode.

Binnen de netwerkfunctie gaat NOBB ook in samenwerking met het werkveld een extra inzet plegen op de ontsluiting van verhalen van Meierijstad. Er zijn veel verhalen te vertellen en door verbindingen ontstaan nieuwe mogelijkheden om mensen te betrekken in het aanbod. Een voorbeeld is 75 jaar bevrijding, maar ook het Duits Lijntje, de boottochten en de bestaande festivals. Insteek is om jaarlijks drie verhalen te vertellen, waarbij het niet zozeer gaat om het ontwikkelen van nieuwe diensten maar het bundelen en anders profileren van bestaand aanbod. Aanbod dat interessant is voor de inwoners van Meierijstad, voor dagjesmensen, voor toeristen maar zeker ook voor onderwijs en educatie in het algemeen.

⁶ 100.000 tot 130.000 in Raadhuis in Veghel;
25.000 in bibliotheek in Sint-Oedenrode;
100.000 (eigen raming) in Het Wenkend Perspectief in Schijndel

5. Consequenties voor personeel

De gemeente heeft met de VVV-coördinator veel kennis en ervaring in huis als het gaat om VVV-locaties en winkelformules. Voorstel is dat zij wordt ingezet voor de opzet en werking van de VIP's. Dit betekent een intensivering van de samenwerking met NOBB (inclusief aansturing).

Voor de netwerkfunctie is het van belang dat NOBB haar positie in het toeristisch-recreatieve netwerk versterkt. NOBB is bereid binnen de huidige formatie en met bestaande middelen te investeren in kennis en menskracht op gebied van recreatie en toerisme, communicatie en marketing. Dit past in de missie van de bibliotheek om een brede toegang tot informatie te verlenen en biedt haar de mogelijkheid om nog meer mensen te bereiken.

Belangrijk wordt de synergie binnen de personele inzet vanuit NOBB: beheer van de nieuwe bezoekerswebsite, ontwikkeling van de VIP's en rol in het recreatief-toeristisch netwerk.



De Schaapskooi in Schijndel

6. Consequenties voor vrijwilligers

Voor een goed beeld van de consequenties voor de vrijwilligers wordt onderscheid gemaakt in twee type vrijwilligers:

- De gastvrouwen die de VVV-balie bemensen (Schijndel, Sint-Oedenrode).
- Vrijwilligers die rondleidingen verzorgen, arrangementen maken (alle locaties).

Gastvrouwen VVV in Schijndel

Met het wegvallen van de VVV in het Jan Heestershuis blijft voor de huidige vrijwilligers de gastvrouwfunctie voor het museum Jan Heesterhuis bestaan. Mocht er een dienstverleningsconcept van gastvrouwen/-heren in Het Wenkend Perspectief komen dan biedt dit kansen voor deze vrijwilligers om zich hiervoor in te gaan zetten.

Gastvrouwen VVV in Sint-Oedenrode

Met het stoppen van de VVV in Sint-Oedenrode vervalt de functie van gastvrouw. Met de vrijwilligers wordt bekeken welke mogelijkheden er zijn om actief te blijven in een andere rol. Hiervoor zijn er meerdere aanknopingspunten: actief worden binnen de bibliotheek aan de Markt (hetzij in een rol binnen de hier op te zetten VIP, hetzij in een andere rol binnen de bibliotheek zelf). Wellicht biedt ook een nieuwe invulling van de vrijkomende ruimte in het Sint-Paulusgasthuis mogelijkheden (zie paragraaf 9). Inzet is om voor elke vrijwilliger die actief wil blijven, een maatwerkoplossing te zoeken.

Vrijwilligers die rondleidingen verzorgen, arrangementen maken

Op alle drie de VVV-/UITpunt-locaties zijn op dit moment vrijwilligers actief, die rondleidingen verzorgen en betrokken zijn bij de opzet en uitvoering van arrangementen. Deze vrijwilligers worden meer en meer Meierijstadbreed aangestuurd/ondersteund. Zo ondersteunen we bijvoorbeeld met het project M100 onze gidsen als ambassadeurs van Meierijstad.

De inzet van dit type vrijwilligers blijft gewenst. Sterker nog, NOBB ziet mogelijkheden om binnen haar centrale rol in het recreatieve netwerk te bekijken of er meer vrijwilligers ingezet kunnen worden. Met name de extra inzet van NOBB voor verhalen van Meierijstad biedt mogelijkheden. Vrijwilligers hebben dan een rol als 'maker/ontwikkelaar/uitvoerder' zoals dat ook bij Heemkundekringen en Kunstgroepen het geval is. Dergelijke rollen bieden een uitdaging aan vrijwilligers, ook voor hen die op dit moment actief zijn als gastvrouwen. Het bindt mogelijk ook een nieuwe groep (jongere) vrijwilligers aan NOBB.

Beleid NOBB t.a.v. vrijwilligers en gidsen

NOBB heeft veel ervaring in het omgaan met vrijwilligers. Zij heeft hiervoor specifiek beleid ontwikkeld waarin vrijwilligers een VOG verklaring moeten hebben en geen vergoeding ontvangen (wel een vergoeding in natura in de vorm van een bijeenkomst en een attentie). De gidsen die rondleidingen verzorgen, vormen daarop een uitzondering. Zij ontvangen een kleine vergoeding voor de excursies die zij verzorgen. In z'n algemeenheid is er veel aandacht voor de behoefte aan kennisontwikkeling bij alle vrijwilligers.

7. Consequenties voor het netwerk

Van belang is dat helder is wat NOBB wel en niet doet binnen toerisme en recreatie (verwachtingsmanagement naar stakeholders in het netwerk). Onderscheid kan gemaakt worden in de taken informatiemakelaar, netwerker en marketeer (bijlage 5). Deze zijn onlosmakelijk met elkaar bonden, maar op hoofdlijnen betekent dit voor NOBB:

- Informatiemakelaar: leidend en regievoerend.
- Netwerker: nevenschikkend met een extra inzet samen met andere stakeholders.
- Marketeer: ondersteunend en volgend. Hier ligt bal bij stakeholders (waaronder ook de gemeente).

De bibliotheek is sterk afhankelijk van de input en stimulansen vanuit het netwerk. Kortom een meer centrale rol van NOBB is het meest effectief als ook de stakeholders (ondernemers, organisaties, gemeente) binnen het netwerk hun rol oppakken.



De Glazen Boerderij in Schijndel

8. Consequenties voor huisvesting

Voor het Museum Jan Heestershuis heeft het wegvallen van de VVV wat betreft huisvesting geen consequenties. De beperkte vrijkomende ruimte kan het museum benutten. De exploitatielasten van het Jan Heestershuis blijven onveranderd voor rekening van de gemeente.

Bij een vertrek van de VVV uit het Sint- Paulusgasthuis zijn de consequenties hiervan beperkt. De huur van de stichting tot Beheer van het Sint- Paulusgasthuis blijft volledig door de gemeente gesubsidieerd. De gemeente kan de bijdrage van de VVV in het activiteitenprogramma van de stichting (€ 2.950,- per jaar) overnemen (en structureel meenemen in de subsidierelatie).



De Noordkade in Veghel

9. Consequenties voor Musea

Museum Jan Heestershuis

Het museum ontvangt jaarlijks tussen de 3.000-4.000 bezoekers.

De consequenties voor het museum concentreren zich op de volgende punten:

- Invulling en aansturing van vrijwilligers als gastvrouwen aan de balie.
- De openingstijden.

Indien er geen concept van gastvrouwen/-heren in Het Wenkend Perspectief komt, zijn de gevolgen voor de baliefunctie van het museum beperkt. Vrijwilligers kunnen actief blijven als gastvrouw. Mogelijk haken sommigen af bij gebrek aan voldoende uitdaging/reuring. Dan is het zaak hiervoor nieuwe vrijwilligers te vinden dan wel de gastvrouwfunctie voldoende attractief te maken. Handhaving van de huidige openingstijden lijkt haalbaar.

Indien er wel een concept van gastvrouwen/-heren in Het Wenkend Perspectief komt dan dient er rekening mee gehouden te worden dat ook vrijwilligers in het museum hiervoor interesse hebben. Om tot behoud van bemensing van de balie door vrijwilligers te komen is het uitgangspunt dat het Museum Jan Heestershuis en Het Wenkend Perspectief als één geheel worden benaderd. Dit wordt een gezamenlijke opgave van de gemeente (KCC), bibliotheek en museum. De inschatting is dat de locatie en het concept van Het Wenkend Perspectief zodanig positief zullen vallen in de Schijndelse gemeenschap dat er voldoende vrijwilligers aangetrokken kunnen worden (mogelijk ook bij 50-minners en zelfs jongeren).

Ook op andere punten is de verwevenheid tussen Het Wenkend Perspectief en het museum groot en biedt dit kansen:

- Door de kunst in Het Wenkend Perspectief wordt deze locatie een 'vooruitgeschoven' post, die bijdraagt aan de versterking van de positie en marketing van Museum Jan Heestershuis.
- Er zijn mogelijkheden om het Museum Jan Heestershuis (buiten de openingstijden) te benutten als locatie voor lezingen, workshops die vanuit Het Wenkend Perspectief worden georganiseerd.



Museum Jan Heestershuis in Schijndel

Mocht er onverhoopt een situatie ontstaan dat er onvoldoende animo voor het bemensing van de baliefunctie van het Museum Jan Heesterhuis is, dan kan dit consequenties hebben voor de openstelling. Hiermee kan ook de participatie in de museumkaart onder druk komen. De normen van de museumjaarkaart zijn een openstelling van minimaal 6 maanden per jaar en minimaal 5 dagen per week.

Museum van Brabantse Mutsen en Poffers

Het Museum van Brabantse Mutsen en Poffers is een initiatief van Heemkundekring De Oude Vrijheid. Het museum kent een diversiteit aan bezoekers. In 2018 waren dit er 1.730.

Het wegvallen van de VVV in het Sint-Paulusgasthuis heeft directe gevolgen voor de baliefunctie en dus openingstijden van dit museum. Oplossingsrichtingen zijn:

- Aantrekken van een nieuwe groep vrijwilligers. Consequentie is naar verwachting een (veel) beperktere openstelling.
- Benutting van de vrijkomende ruimte voor extra aantrekkingskracht van de locatie. Een optie is een extra presentatie van materiaal van het museum zelf of van de collectie van de Heemkundekring (bijv. een inrichting als huiskamer o.i.d.). De extra toestroom van bezoekers zal dan beperkt zijn. Een andere gedachte is de invulling rondom het thema klomp (museum, verkoop). Sint-Oedenrode heeft een sterke binding met de (cultuur)historie hiervan. Uit een peiling bij Stichting De Brabantse Klomp blijkt dat ze hiervoor open staan.

Tot slot zou de locatie ook een rol kunnen vervullen in de huisvesting en facilitering van stakeholders in het lokale netwerk (Natuurlijk!Sint-Oedenrode, centrummanagement).



Museum van Brabantse Mutsen en Poffers in Sint-Oedenrode

10. Fasering

Een volgende fasering lijkt haalbaar:

- In Q4 2020: oplevering van de nieuwe bezoekerswebsite.
- Vanaf Q4 2020: inzet van NOBB als centrale rol in het netwerk met de invulling van menskracht voor enerzijds de verhaallijnen en ondersteuning van het Platform Gastvrij Meierijstad en anderzijds het beheer van de nieuwe bezoekerswebsite.
- Vanaf Q4 2020: inzet gemeentelijke capaciteit t.b.v. de opzet van VIP's samen met NOBB.
- In Q2 2021: beëindiging van de VVV Schijndel met gelijktijdige invulling van een VIP in Het Wenkend Perspectief.
- In Q3/Q4 2021: beëindiging van de VVV Sint-Oedenrode met gelijktijdige invulling van een VIP bij de bibliotheek aan de Markt.
- In Q1 2022: invulling van een VIP bij de herinrichting en het groot onderhoud van het Raadhuis in Veghel.
- Gedurende 2021-2022: realisatie van een netwerk van VIP's bij ondernemers.



Jachthaven Veghel

11. Naamgeving

Binnen de projectgroep is gekeken naar de verschillende mogelijkheden:

- De naam VVV is een sterk merk al wordt deze vooral aan recreatief-toeristische informatie gelabeld. Hiervoor is een licentie van VVV Nederland nodig. Nadeel is dat de term VVV bij 50-minners en jongeren weinig bekend is.
- De naam UITpunt geeft blijk van de bredere lading maar is in de praktijk geen heldere naam gebleken, zelfs niet bij stakeholders.
- De term TIP (Toeristisch InformatiePunt) werd eerder in Schijndel gebruikt. In veel gemeenten komt de aanduiding TIP terug.
- Met de term VIP (VrijetijdsInformatiePunt) wordt tot uitdrukking gebracht dat het meer is dan alleen toeristische informatie. Het gaat om een breed aanbod (naast informatie over recreatie en toerisme ook over cultuur, evenementen, erfgoed, natuur e.d.).

Vooralsnog is als werknaam VIP's aangehouden. Bij de uitwerking wordt een definitieve keuze in de naamgeving gemaakt. Er zal in elk geval gebruik gemaakt worden van het internationaal I-symbool.

Met de keuze voor de naamgeving VIP wordt afscheid genomen van de aanduiding VVV en UITpunt.



12. Financiële consequenties

Ten opzichte van de gemeentelijke begroting zijn er de volgende financiële consequenties:

	Bedragen in €			
Begroting Meierijstad	2020	2021	2022	2023 evj.
P-budget (0,4 fte VVV-coordinator)	35.000	35.000	35.000	35.000
FCL 5881 (dekking 0,2 fte VVV-coordinator)	16.000		0	0
FCL 5882 VVV-kantoor (in Jan Heestershuis) en FCL 5883 VVV-kantoor in St. Oedenrode	3.067	3.067	3.067	3.067
FCL 5760 Bibliotheekwerk (in subsidie aan NOBB)	90.000	90.000	90.000	90.000
TOTAAL	144.067	128.067	128.067	128.067
	Bedragen in €			
Kosten nieuwe situatie = nieuwe begroting	2020	2021	2022	2023 evj.
Vm. VVV-coordinator		51.000	35.000	35.000
NOBB		90.000	90.000	90.000
Inrichting VIP's		32.000	0	0
TOTAAL		173.000	125.000	125.000

De conclusie is dat binnen de kaders van de meerjarenbegroting van Meierijstad de voorgenomen keuzes te realiseren zijn. Alleen in 2021 is er sprake van een tekort ten opzichte van de begroting. Dit kan in dat jaar worden gedekt door, gelijk in 2020 is geschied, een incidenteel bedrag van € 44.933,- ten laste te brengen van het budget voor Recreatie en Toerisme.

In de bijlage 6 is een onderbouwing opgenomen van de in het schema opgenomen kosten in de nieuwe situatie:

1. *Inrichting en aansturing VIP's*

Komende periode wordt het concept van de VIP's met de stakeholders verder uitgewerkt. De gemeente stelt hiervoor 0,4 fte structureel beschikbaar (€ 35.000,-). Hoe NOBB het invult is aan haar. Eén optie is een afspraak tussen gemeente en NOBB voor inschakeling van de gemeentelijke medewerker met ervaring met VVV's en winkelformules. Verwacht wordt dat de opstartfase meer tijd vergt. Hiervoor wordt eenmalig door de gemeente een jaar lang (2021) 0,2 fte (€ 16.000,-) ingezet. De eenmalige inrichtingskosten van VIP's in de bibliotheken en bij ondernemers zijn voor rekening van de gemeente (raming totaal € 32.000,-).

2. *NOBB inzet € 90.000,- opgebouwd uit 3 posten*

- Beheer nieuwe bezoekerswebsite Meierijstad. Naar verwachting wordt eind 2020 de nieuwe bezoekerswebsite voor Meierijstad opgeleverd. Vanaf 2021 wordt NOBB gevraagd de content hiervan te beheren. Hiervoor is een structurele inzet voorzien van 0,6 fte (€ 30.000,-). NOBB heeft binnen haar begroting ook een budget beschikbaar (€ 7.500,-) om hiervoor contracten met derden af te sluiten.

- b. De inzet voor de uitvoering/bemensing van de 3 VIP's in de bibliotheeklocaties komt volledig neer bij de NOBB. Hiervoor is een inzet in menskracht voorzien van structureel € 15.500,--.
- c. NOBB ondersteunt het recreatief-toeristisch netwerk in Meerijstad met een structurele inzet in menskracht van 0,33 fte en bijbehorende kantoorfaciliteiten (resp. € 25.000 en € 12.000,--).

3. *Productontwikkeling*

Voor de ontwikkeling van verhalen van Meerijstad zet NOBB daarnaast medewerkers in, die ook vrijwilligers opleiden en aansturen (P.M.). Hiermee samenhangende materialisatiekosten zijn voor de gemeente (P.M.).

4. *Marketing*

De inzet vanuit Meerijstad voor de (online) marketing wordt niet bij NOBB ondergebracht en komt structureel voor rekening van de gemeente (P.M.). Hiervoor wordt jaarlijks met het Platform Gastvrij Meerijstad i.s.m. een op te richten redactieraad een marketingplan vastgesteld inclusief de bijdrage van alle stakeholders zelf.



Morgenstraatje in Olland

13. Samenvatting

Het College van B&W heeft gevraagd om een plan op te stellen over de wijze waarop de toeristisch-recreatieve informatievoorziening in de gemeente Meierijstad de komende jaren kan worden ingericht wat betreft taken, organisatie, huisvesting en financiën.

De invulling en ontsluiting van de toeristisch-recreatieve informatievoorziening in Meierstad wordt gebaseerd op 3 pijlers:

- a. Focus verleggen naar digitale informatievoorziening
- b. Ondersteunend netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's)
- c. Invulling van een centrale organisatie als spil in het recreatieve netwerk

De uitwerking van deze 3 pijlers laat zich samenvatten in de volgende 10 punten:

1. De gemeente stopt met de zelfstandige exploitatie van VVV's in Schijndel en Sint-Oedenrode.
2. De focus wordt verlegd van fysieke dienstverlening naar een versterking en uitbreiding van de digitale informatievoorziening met een centrale rol voor de bezoekerswebsite Meierijstad. Noordoost Brabantse Bibliotheken (NOBB) zal hiervan het beheer uitvoeren en wordt verantwoordelijk voor de content. Voor de marketing wordt in overleg met de stakeholders een beroep op derden gedaan.
3. Gemeente zet in op de realisatie van een netwerk van VrijetijdsInformatiePunten (VIP's) op locaties met reuring en waar recreanten en toeristen al komen (hotels, campings, horeca en locaties in de clusters van de recreatieve motor). Het netwerk van de VIP's wordt door NOBB samen met de stakeholders uitgewerkt. Hoe NOBB hiervoor haar inzet invult is aan haar. Eén optie is een afspraak tussen gemeente en NOBB voor inschakeling van de gemeentelijke medewerker met ervaring met VVV's en winkelformules. Ook de locaties van de bibliotheken zelf vormen onderdeel van het netwerk van VIP's. Hier komen al veel bezoekers.
4. Met de genoemde taken neemt NOBB voor wat betreft de informatievoorziening een centrale positie in. Daarbij hoort een actieve inzet in het recreatief-toeristisch netwerk in Meierijstad met een investering in kennis en menskracht. Onderdeel van deze inzet is ook de productontwikkeling van verhalen van Meierijstad (3 per jaar).
5. Met het wegvallen van de VVV in het Jan Heestershuis blijft voor de huidige vrijwilligers de gastvrouwfunctie voor het museum Jan Heesterhuis bestaan.
6. Met het stoppen van de VVV in Sint-Oedenrode vervalt de functie van gastvrouw. Inzet is om voor elke vrijwilliger die actief wil blijven, een maatwerkoplossing te zoeken voor een andere invulling.
7. De inzet van de vrijwilligers actief als gidsen en bij arrangementen blijft gewenst. NOBB wil afhankelijk van de vraag vanuit het recreatieve netwerk in Meierijstad meer vrijwilligers als 'maker/ontwikkelaar/uitvoerder' aan zich binden o.a. t.b.v. de ontwikkeling van de verhalen. Dit trekt mogelijk ook een nieuwe groep (jongere) vrijwilligers aan.
8. De invulling van het dienstverleningsconcept met gastvrouwen/-heren in Het Wenkend Perspectief is nog niet uitgekristalliseerd. Mocht er een concept van gastvrouwen/-heren komen dan is het interessant te verkennen om ze ook een rol in de ontsluiting van recreatieve informatie te geven. Dit kan leiden tot een VIP met vrijwilligers.
9. Gemeente zet zich in voor een invulling van de vrijkomende ruimte in het Sint-Paulusgasthuis in Sint-Oedenrode in overleg met Museum van Brabantse Mutsen en Poffers.
10. De inzet van NOBB past binnen de huidige financiële kaders. Dit betekent: meer voor minder geld!

Bijlage 1 Organisatie en inventarisatieronde

Samenstelling projectgroep

- Projectleider recreatie en toerisme gemeente Meierijstad, projectleider TRIM
- Beleidsmedewerker recreatie en toerisme gemeente Meierijstad
- Beleidsmedewerkers kunst en cultuur gemeente Meierijstad
- Coördinator VVV Schijndel en Sint-Oedenrode gemeente Meierijstad
- Conservator Museum Jan Heestershuis gemeente Meierijstad
- Locatiemanager bibliotheek Meierijstad
- Directeur Noordoost Brabantse Bibliotheken (NOBB)

Inventarisatieronde

- Alle leden van de projectgroep
- Alle leden van het Platform Gastvrij Meierijstad
- Drietal VVV-agentschappen in Erp, Boerdonk en Schijndel
- City-/centrummanagers in Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode
- Beleidsmedewerker citymarketing gemeente Meierijstad
- Vrijwilligers van VVV's in Schijndel en Sint-Oedenrode
- Student toeristische opleiding Buas in Breda
- VVV-organisatie (VVV Noordoost Brabant en VVV NL)

Bijlage 2 Trends en ontwikkelingen in relatie tot informatievoorziening

Hieronder volgt een opsomming van enkele relevante trends⁷.

- Bundelen van informatie (regionale oriëntatie): voor gasten en bezoekers zijn grenzen van kernen en gemeenten niet van belang. De gasten/bezoekers verwachten dan ook dat er kerngrens-overschrijdende informatie wordt aangeboden.
- Persoonlijk contact versus digitalisering: Internet zorgt ervoor dat de gasten/bezoekers veel informatie vinden via google. De toeristische informatievoorziening moet hierop aansluiten. Tegelijkertijd zorgt de digitalisering van de informatie er voor dat mensen niet meer weten waar ze moeten zoeken en wat ze moeten kiezen. De mogelijkheid tot persoonlijk contact blijft van belang.
- Beleving: gasten/bezoekers zijn geïnteresseerd in relevantie, emotie, ontmoetingen, betrokkenheid en ervaringen. Het gaat er niet alleen meer om dat de vraag van de gasten/bezoekers beantwoord wordt en zij direct de juiste informatie ontvangen, ze willen betrokken worden en geïnspireerd raken.
- Inspiratiecentra: in de VVV-wereld zie je steeds vaker dat een winkel omgebouwd wordt tot een inspiratiecentrum. Een inspiratiecentrum is een vernieuwende manier van toeristische informatievoorziening. Het is gebaseerd op drie principes, namelijk: inspiratie, beleving en verkoop. Zo'n centrum zorgt ervoor dat je in verleiding komt om een bezoek te brengen aan mooie plekken in de omgeving, je raakt geïnspireerd over de bestemming.
- Transparantie: er vindt veel ontwikkeling plaats op het gebied van transparantie. Gasten/bezoekers worden steeds bewuster van wat ze aanschaffen. Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om natuur en milieu, duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid. Gasten/bezoekers hechten steeds meer waarde aan lokale producten, ze zijn nieuwsgierig naar de herkomst van producten. Dit geldt ook bij het online boeken van activiteiten, ze willen weten wat ze boeken en hoe de prijs en de activiteit tot stand zijn gekomen.

⁷ Trends zijn ontleend aan de rapportage van de student van BUas

Deze trends heeft de VVV Zeeland vertaald naar de volgende criteria voor haar nieuwe 'onthaallocaties'.

4 criteria voor eigentijdse onthaallocaties

- 1. Vergroot de bezoekersbeleving**

Betere belevingen leiden tot herhaalbezoek en meer mond-tot-mond reclame en daarmee ook tot meer succes als toeristische bestemming.
- 2. Gebruik DNA**

Koppel je onthaallocatie aan het authentieke verhaal van je bestemming. Door de omgeving en het DNA centraal te stellen, vertel je ook het onderscheidende marketingverhaal van je bestemming (wat aansluit bij de klantreis).
- 3. Bezoekersbehoeften in de klantreis**

De bezoekersbehoeften dienen centraal te staan, waarbij aan de hand van persona's onderzocht wordt hoe klanten besluiten en wat de fysieke routes zijn van gasten. Op deze manier stimuleer je een betere beleving.
- 4. Menselijk contact**

De opkomst van mobiele telefoons heeft de behoefte aan menselijk contact niet vervangen. Succesvolle bestemmingen komen tegemoet aan de behoefte van hun gasten en verhogen met menselijk contact de inspiratie en service.

Bron: Destination Think

De student van BUas had het voornemen een enquête onder inwoners van Meierijstad te houden. Helaas is dit vanwege de coronacrisis niet doorgegaan. In plaats daarvan is aan vrijwilligers van VVV's gevraagd wat in hun ogen de wensen en behoeften zijn van inwoners en recreanten. Samengevat kwam hieruit het volgende naar voren:

- Behoeft e aan informatie over de eigen kern zoals fietsroutes en folders over bezienswaardigheden.
- Om een VVV cadeaubon of streekproducten te kopen.
- Het publiek is op zoek naar meer eigentijdse dingen. O.a. eigen gemaakte artikelen van mensen uit Meierijstad.
- Vrijwilligers zien graag dat er informatie over heel Meierijstad aangeboden wordt in plaats van kerngerichte informatie. Ze ondernemen niet alleen activiteiten in eigen kern maar ook in de omliggende kernen.
- Een combinatie van offline en digitale informatie, maar ook menselijk contact mag niet ontbreken, voor de aanvulling van het enthousiasme, de verhalen, de vriendelijkheid, en het Brabantse gevoel.

Bijlage 3 Analyse van de huidige situatie informatievoorziening in Meierijstad

Voor een goed begrip worden allereerst enkele 'concepten' toegelicht:

- VVV-agentschap: dit concept hangt aan een overeenkomst met de VVV Noordoost Brabant (VVV NOB) en betekent dat het merk en logo van VVV gevoerd mogen worden. Een agentschap is altijd ondergebracht bij een organisatie die voor eigen rekening en risico exploiteert, waarbij het VVV-agentschap een onderdeel is. Hiervoor betalen deze organisaties jaarlijks een bedrag (€ 150,-) aan VVV NOB. In Meierijstad gaat het om agentschappen bij het Museum Jan Heestershuis in Schijndel, het UITpunt in Veghel en bij 3 toeristisch-recreatieve ondernemers (Kampeer- en wijnboerderij Winery & Herbs in Schijndel, Hotel café Hart van Bourdonck in Boerdonk en Brasserie Het Tramstation in Erp)⁸.

De invulling is per agentschap verschillend. Bij de 3 ondernemers gaat het om het voeren van het logo, waarbij ze zelfstandig een invulling geven aan de informatietaak. Ze maken op uiteenlopende wijzen gebruik van de dienstverlening van VVV NOB (wat betreft folders, kaarten, bonnen, souvenirs). Voor de agentschappen bij Museum Jan Heestershuis en het UITpunt is de situatie anders. Hierop wordt onderstaand nader ingegaan.

- VVV-winkel: ook dit concept hangt aan een overeenkomst met de VVV NOB en betekent dat het merk en logo van VVV gevoerd mogen worden en dat er eisen aan het assortiment van kaarten, bonnen en souvenirs gesteld worden. Deze worden deels afgenomen bij VVV NOB. De VVV-winkel is een zelfstandige entiteit. In Meierijstad is er één VVV-winkel in Sint-Oedenrode.
- UITpunt: vele bibliotheken in Noord-Brabant kenden het concept UITpunt met als doel de ontsluiting van culturele informatie. Inmiddels zijn er provinciebreed nog maar enkele UITpunten over waaronder in Veghel. De meeste UITpunten zijn opgegaan in lokale initiatieven.

Informatievoorziening in Schijndel

Schijndel kent al lange tijd een informatiepunt voor recreatie en toerisme verbonden aan het Museum Jan Heestershuis. Tot 2007 was het een zogenaamd Toeristisch Info Punt (VIP) met de internationale 'I' als symbool. Vanaf die tijd is het een VVV-agentschap. Het pand van het museum is in eigendom van de gemeente. Er is sprake van een gezamenlijke baliefunctie voor de VVV en het museum. Er is een winkel met souvenirs, kaarten e.d. (ca 18 m²). Het is ook een verkooppunt van VVV-bonnen. Er zijn momenteel 17 vrijwilligers als gastvrouwen actief, die als gastvrouwen de baliefunctie invullen⁹.

⁸ Overigens hebben 2 van de 3 VVV-agentschappen recent de overeenkomst met VVV NOB opgezegd vanwege de matige dienstverlening.

⁹ Museum Jan Heestershuis kent ook nog vele andere vrijwilligers voor tuin, registratie, educatie, etc.

De vrijwilligers worden aangestuurd door een VVV-coördinator voor wat betreft de VVV-taken en door de conservator waar het om museale taken gaat. Beiden zijn in dienst van de gemeente (VVV-coördinator 16 uren per week en de conservator 28 uren per week).

De vrijwilligers ontvangen geen vergoeding voor hun inzet. Ze ontvangen wel een vergoeding in natura in de vorm van uitstapjes en attenties. De bemensing van de balie bestaat altijd uit 2 personen (uit oogpunt van veiligheid en gezelligheid). Vrijwilligers zijn 55-plussers. Het wordt steeds lastiger vrijwilligers te vinden. De reacties van vrijwilligers op de verkenning van de toekomst van de VVV maakt duidelijk dat er sprake is van een grote betrokkenheid. Zij willen de huidige situatie graag voortzetten.

De VVV en het museum zijn 6 middagen per week geopend van 13-17 uur (maandag dicht). Drukke dagen voor de VVV zijn woensdag, vrijdag en zaterdag. Het totaal aantal bezoekers bedraagt jaarlijks ca 1.500 (kassaklanten). Daarnaast zijn er bezoekers die niets kopen en alleen info vragen. Per dag komen er ca 5-10 telefoontjes binnen en ca 5 emailberichten. De vragen gaan over wat er te doen is in Schijndel en omgeving. Dat geldt ook voor kenmerken van de bezoekers. Hiervoor geldt (in overleg met de VVV-coördinator) de volgende inschatting: 40% toeristen (van buiten Schijndel) en 60% inwoners. Qua leeftijd van de bezoekers wordt het volgende ingeschat: < 50 jaar 10%, 50-65 jaar 25% en ouder dan 65 jaar 65%.

De loon- en huisvestingskosten van zowel de VVV als het museum worden volledig door de gemeente betaald. De gemeente verzorgt voor de VVV ook de financiële administratie van in- en verkoop. Voor 2019 bedroegen de opbrengsten ruim € 33.000 en de inkoop ruim € 31.000,- hetgeen tot een nettomarge leidt van € 2.000,-. Hiervan nemen de VVV-bonnen ca 80% voor hun rekening. Dit is een belangrijk serviceproduct maar met een marge van 2,5% geen grote inkomstenbron¹⁰. Het assortiment van de VVV is een taak van de VVV-coördinator. De inkoop loopt voor een deel via VVV NOB en Visitbrabant maar er wordt ook veel zelfstandig ingekocht.

Vanuit de VVV worden rondleidingen georganiseerd. In 2018 ging het om 415 deelnemers, waarvan ca 50% deelnamen aan een museumrondleiding en ca 50% aan rondleidingen Glazen Boerderij, dorpswandeling en deelname workshops.

De VVV houdt de content bij van de website www.bezoekhetgroenewoud.nl met een eigen landingspagina voor Schijndel. Sinds kort is er in Schijndel een website van het citymanagement (www.in-schijndel.nl). Hiervoor levert de VVV de informatie over evenementen aan. Sinds kort wordt op de uitgegeven krant In-Schijndel ook het VVV logo vermeld. In vergelijking met enkele jaren terug, toen in Schijndel de STER in opdracht en met budget van de gemeente als aanjaagclub voor R&T actief was, is het qua productontwikkeling en marketing wat stiller. VVV Schijndel zet actief in op social media (sinds 2015 op Twitter (406 volgers) en sinds kort op Facebook). De VVV-coördinator is steeds meer actief op het niveau van Meierijstad.

De synergie van de VVV met het Museum Jan Heestershuis is groot:

- Gezamenlijke balie
- Gezamenlijke inzet vrijwilligers
- Eén ruimte met werkplekken
- Vervanging museumconservator door VVV-coördinator bij afwezigheid en andersom

¹⁰ Overigens is de verkoop van VVV-bonnen niet exclusief aan VVV's voorbehouden. Ook winkels als Bruna, Primera en AH verkopen deze bonnen.

- Koppelbezoek: museumbezoekers lopen regelmatig ook even binnen bij het VVV-gedeelte. Een VVV-bezoeker loopt niet snel door naar het museum, maar ziet in elk geval dat er een museum is (er is geen inzicht of hij later alsnog het museum bezoekt).

Het museum ontvangt jaarlijks tussen de 3.000-4.000 bezoekers. Een deel van de doelgroep (te weten de scholieren die via de (basis) scholen kwamen i.k.v. cultuureducatie) is weggevallen (waren er zo'n 500 bezoekers per jaar). Jaarlijks vinden er 7 openingen plaats (4 binnen en 3 buiten) met ca 400 genodigden (vrij entree). Verder bestaat het bezoek uit groepen (ca 10 per jaar) en uit losse bezoekers. Deze laatste groep is veruit het grootst met ca 2.000-2.500 bezoekers per jaar. Er is geen verdere informatie over het bezoekersprofiel beschikbaar. Dinsdag is de rustigste dag. Met name de zondag is een druk bezochte dag. In de tuin van Museum Jan Heestershuis bevindt zich ook een verstopplaats voor geocaching (onbekend is hoeveel mensen dit trekt)¹¹.

Museum Jan Heestershuis is geregistreerd bij de Museumvereniging en voldoet aan de daaraan gestelde voorwaarden. Het museum is aangesloten bij de Stichting Museumkaart en voldoet daarvoor aan gestelde specifieke eisen t.o.v. openstelling (minimaal 6 maanden per jaar, minimaal 5 dagen per week).

Informatievoorziening in Sint-Oedenrode

De VVV-winkel is gehuisvest in het Sint-Paulusgasthuis. Hier is ook het Museum van Brabantse Mutsen en Poffers gevestigd. Het pand is in eigendom van de gemeente en wordt verhuurd aan de in 1975 opgerichte Stichting tot Beheer van het Sint-Paulusgasthuis, waarbij de huur volledig door de gemeente wordt gesubsidieerd. De VVV betaalt jaarlijks een bedrag van € 2.500 als bijdrage in de activiteiten van stichting.

Er is sprake van een gezamenlijke baliefunctie van de VVV en het museum. Er zijn momenteel 13 vrijwilligers actief. De aansturing van de vrijwilligers en de exploitatie van deze VVV-winkel was tot eind 2019 in handen van VVV NOB. Deze is per 1-1-2020 overgegaan naar de gemeente. De aansturing vindt vanaf dat moment plaats door de VVV-coördinator uit Schijndel die hiervoor een dag in de week meer is gaan werken. De vrijwilligers in Sint-Oedenrode hebben de werkzaamheden verdeeld (inkoop, websitebeheer, e.d.).

De VVV-winkel hanteert 2 verschillende openingsperiodes:

- 1 april - 1 oktober van di t/m za van 10.00 tot 16.00 uur
- 1 oktober tot 1 april van di t/m do van 10.00 tot 13.00 uur en vr en za van 10.00 tot 16.00 uur.

Op verzoek van het museum is de VVV op enkele koopzondagen open (10.00-16.00 uur). Dit gebeurt 4-6 keer per jaar.

De vrijwilligers ontvangen een vergoeding voor hun inzet (à € 2,50 per uur). Als de VVV in een weekend is geopend wordt veelal gebruik gemaakt van 2 studenten (à € 4,50 per uur).

Jaarlijks bezoeken ca. 2.500-3.000 mensen de VVV met vragen over Sint-Oedenrode en omgeving. Concreet zijn er in 2018 door VVV NOB 2.784 bezoekers geregistreerd. Daarbij ging het 321 keer om fiets- en wandelkaarten, 798 keer om souvenirs en informatie en 1.052 keer om VVV cadeaubonnen (doel van rest van geregistreeerde bezoekers is onbekend). Over het bezoekersprofiel is verder geen informatie beschikbaar.

¹¹ Geocaching is een buitensportenspel waarbij gebruik wordt gemaakt van een gps-ontvanger of telefoon om met deze functie om ergens ter wereld een zogenoemde cache(verstopplaats) te vinden.

De exploitatie ten tijde van de VVV NOB zag er voor 2018 als volgt uit:

- € 34.682 omzet (waarvan € 25.000 aan VVV bonnen)
- € 17.677 subsidie als bijdrage in de exploitatie door de gemeente Meierijstad in kader van de dienstverleningsovereenkomst met VVV NOB
- € 52.358 totale inkomsten

- € 30.691 inkoop
- € 8.746 personeel
- € 2.950 huisvesting
- € 3.947 bureaunkosten
- € 2.837 overige kosten
- € 49.171 totale kosten

- € 3.187 saldo

De VVV biedt rondleidingen/wandelingen aan. Onbekend is hoeveel mensen hieraan deelnemen.

De VVV houdt de websites www.natuurlijksintoedenrode.nl en bezoeksintoedenrode.nl bij.

De VVV is actief in het netwerk van Sint-Oedenrode al is dit met het wegvallen van een zeer actieve vrijwilliger de laatste jaren minder geworden. Doelstelling van de VVV-coördinator is om dit weer te intensiveren. Heel recent wordt actiever ingezet op social media.

Het Museum van Brabantse Mutsen en Poffers is een initiatief van heemkundige kring De Oude Vrijheid. Het museum kent een diversiteit aan bezoekers. Voor 2018 werd het volgende geregistreerd:

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| - Bezoekers volwassenen betaald: | 707 |
| - Bezoekers volwassenen gratis: | 314 |
| - Bezoekers geocaching in tuin: | 99 |
| - Kinderen (in kader van projecten): | 235 |
| - Bezoekers Kralenatelier: | 375 |

Informatievoorziening in Veghel

Sinds 2008 is er een UITpunt in Veghel gekoppeld aan de bibliotheek voor de ontsluiting van informatie over kunst en cultuur en ondersteuning van het netwerk. Daaraan is destijds toegevoegd een erfgoedfunctie (ontwikkelen en verzorgen van rondleidingen) én een VVV-agentschap (voor de ontsluiting van toeristisch-recreatieve informatie en kaartverkoop van amateurgezelschappen en -voorstellingen). Deze laatste functie is in de loop der jaren veranderd van offline naar online (zo houdt de bibliotheek de website toerismeveghel.nl bij). Voor al deze activiteiten als UITpunt was destijds € 90.000 beschikbaar gesteld, waarvan € 9.000 vanuit het VVV agentschap dat voor heen bij de gemeente was ondergebracht. Dit budget is inmiddels niet meer geoormerkt maar maakt integraal onderdeel uit van het totale subsidiebudget van NOBB vanwege de samensmelting van functies.

De baliefunctie van het UITpunt is gecombineerd met de baliefuncties van het erfgoedlokaal¹² en de bibliotheek. Hiervoor worden betaalde krachten ingezet in dienst van de bibliotheek. De bibliotheek in Veghel maakt onderdeel uit van de Noordoost Brabantse Bibliotheken (NOBB). Ze heeft in totaal 130 mensen in dienst en werkt met 240 (onbetaalde) vrijwilligers. De filosofie is dat vrijwilligers niet in het primaire proces worden ingezet maar voor allerlei extra en ondersteunende taken.

¹² Het erfgoedlokaal is vanaf 2008 geïntroduceerd door de provincie als een oplossing voor het wegvallen van de fysieke streekarchieven van Veghel en Oss.

Het UITpunt/de bibliotheek is gevestigd aan de Markt in Veghel in een pand van de gemeente (Het Raadhuis). Het pand is eigendom van de gemeente en wordt verhuurd aan de bibliotheek en andere bewoners. In 2019 passeerden 102.000 mensen de deur van dit pand. Het merendeel komt voor de bibliotheek (variërend van het lenen van boeken, tot de deelname aan bijeenkomsten). Ook zakelijke bezoekers van de bibliotheek en bezoekers van andere functies in het pand zoals centrummanagement, Brownies en Downies, Heemkundekring Vechele, vluchtelingenwerk, taalhuis en taalcafé behoren tot dit aantal. Het UITpunt legt jaarlijks verantwoording af middels inhoudelijke en financiële jaarverslagen en een factsheet.

Het VVV-informatie- en verkooppunt wordt gecombineerd met de balie van de bibliotheek. Op de balie is een hoek met VVV-materiaal ingericht. De VVV-uitstraling is daarmee beperkt in vergelijking die van de VVV's in Schijndel en Sint-Oedenrode. Inkoop van kaarten, souvenirs e.d. vindt (deels) plaats via VVV NOB.

De exploitatie van het UITpunt in Veghel is hieronder weergegeven (bron jaarverslag NOBB).

	2018 €	2017 €
<u>Specificatie opbrengsten UITpunt Veghel</u>		
Opbrengst cadeubonnen	54.260	62.321
Opbrengst kaarten/routes/boeken	771	863
Opbrengst kaartverkoop derden	9.542	15.904
Opbrengst bioscoopbonnen	1.148	1.665
Opbrengst podiumkaart	1.632	2.059
Opbrengst dinercheques	3.097	2.439
Opbrengst overige materialen	5.391	572
Totaal	<u>75.841</u>	<u>85.823</u>

Tegenover de opbrengsten staat een inkoop van € 65.622 in 2018 en € 85.606 in 2017. Dit maakt dat de brutomarge in deze 2 jaren varieert tussen € 0,- in 2017 en € 10.000,- in 2018.

Het UITpunt verzorgt rondleidingen. Momenteel zijn er 6 vrijwilligers actief. Deze vrijwilligers worden aangestuurd door een medewerker van de bibliotheek. Ze ontvangen per rondleiding € 30,- en jaarlijks een kerstpakket.

Het UITpunt verzorgt arrangementen en werkt daarin nauw samen met een gidsenkring, heemkundekring en lokale ondernemers. Producten hebben vaak een cultuureducatief karakter (boottocht, Duits Lijntje, IBN schaapskooi). Doelgroepen zijn scholen, inwoners en toeristen. Niet alle arrangementen zijn even succesvol en worden soms afgelast bij gebrek aan voldoende belangstelling.

Het UITpunt is actief in het netwerk van recreatie en toerisme in Veghel. In het kader van het nieuwe recreatief toeristisch beleid in Meierijstad wordt ook meer en meer samen opgetrokken met de VVV's Schijndel en Sint-Oedenrode en met de beleidsambtenaren recreatie & toerisme en citymarketing.

Bijlage 4 Analyse van de scenario's centrale organisatie op gebied van recreatie en toerisme

	Gemeente	NOBB (bibliotheek)	Opzet nieuwe Meerijstad-brede marketingorganisatie
Inhoudelijk (kennis, ervaring)	-	+	-/+
Organisatorisch	-	O/+	-/+
Personeel	-/O	/-O	-
Huisvesting	+	+	-
Financieel	-/O	+	-

- = negatief
- O = neutraal
- + = positief

Gemeente

- Vraag of de rol als centrale organisatie binnen recreatie en toerisme een (kern)taak van de gemeente is.
- De rolverdeling tussen beleid en uitvoering vervaagt.
- Met de aanwezigheid van de VVV-coördinator is er op een aantal gebied kennis en ervaring aanwezig. Bij gemeente ontbreekt het aan kennis en ervaring om gebieden als marketing, communicatie, omgaan met ondernemers.
- Gemeente heeft geen ervaring in omgaan met vrijwilligers.
- De huisvesting ligt het probleem niet
- Financieel zal er in extra menskracht geïnvesteerd moeten worden.

NOBB (bibliotheek)

- De bibliotheek heeft veel ervaring met digitalisering en beheer van websites. Het voornemen is om voor de nieuwe bezoekerswebsite ook een beroep op de bibliotheek te doen.
- Het is een grote organisatie met veel kennis en ervaring juist in het ontsluiten van informatie. Dit is één van de kerntaken.
- NOBB kent een uitgewerkt beleid t.a.v. vrijwilligers.
- NOBB zal moeten investeren in kennis en ervaring om gebieden als marketing, communicatie, omgaan met ondernemers.
- De rolverdeling tussen beleid en uitvoering vervaagt.
- De gewenste activiteiten passen grotendeels in de bestaande financiële kaders.
- Toerisme en recreatie kennen een sterke verwevenheid met kunst en cultuur, evenementen, erfgoed. Deze thema's zorgen voor de inhoud en beleving van recreatie en toerisme en citymarketing ('cross-overs'). Juist met de bibliotheek is in staat deze integrale informatievoorziening te bieden

Nieuwe Meerijstad-brede marketingorganisatie

- Het moet geheel nieuw worden opgezet.
- Het biedt kansen om de samenhang in taken Informatiemakelaar, netwerker en marketeer te bewaken.
- Een nieuwe organisatie werkt kostenverhogend (aansturing, werkbudget, organisatie) en legt extra druk op de bestuurlijke aansturing door vrijwilligers.
- Ervaringen in andere gemeenten laten een wisselend beeld zien in de duurzaamheid van dergelijke initiatieven.

Bijlage 4 Taken behorende bij een informatie

De nadruk bij de werkzaamheden van de VVV ligt tot dusverre op de fysieke ontsluiting van recreatief-toeristische informatie. Maar de consultatie van stakeholders (genoemd in bijlage 1) laat overduidelijk zien dat deze vorm van informatievoorziening niet los gezien kan worden andere taken en werkzaamheden. In feite kunnen er 3 taken in een informatievoorziening worden onderscheiden:

Informatiemakelaar

Het gaat om de rol als informatiemakelaar op het gebied van toerisme en recreatie in de breedste zin van het woord:

- Het verzamelen van relevante offline informatie als routekaarten, folders e.d.
- Het verzamelen en online invoeren, bewerken en verrijken van gegevens in de toeristische database. Dat geldt op dit moment al voor diverse websites en straks ook voor de bezoekerswebsite van Meierijstad. Gelet op het al grote en nog toenemend belang van online informatie is dit een vitale taak binnen de recreatief-toeristische informatievoorziening.
- Het ontsluiten van de verzamelde data en informatie voor de informatievoorziening in de eigen informatiepunten, waarbij de nadruk meer en meer op inspiratie komt te liggen. In deze VVV-winkels is ook ruimte voor het lokale en Meierijstadbrede verhalen (passend binnen keuzes binnen citymarketing).
- Het ontsluiten van relevante informatie (off- en online) op andere locaties waar recreanten en toeristen samenkomen/verblijven (zoals bij verblijfsrecreatie en horeca).
- Op het gebied van informatiemakelaar is de VVV leidend.

Netwerker

Stakeholders verwachten van een informatiepunt een (pro-)actieve rol in het lokale en Meierijstad-brede netwerk. Dit betekent actief zijn richting individuele ondernemers, richting city- en centrummanagement, richting Platform Gastvrij Meierijstad en haar leden, richting de gemeente.

Er is duidelijk behoefte om op kernniveau de samenwerking tussen stakeholders te versterken. In Sint-Oedenrode gaat het om Natuurlijk!Sint-Oedenrode en streekpark Kienehoef (als onderdeel van de recreatieve motor). In Schijndel werken VVV en centrummanagement steeds meer samen (binnen In-Schijndel) en is het de vraag of en hoe een verbreding naar het buitengebied mogelijk is. In Veghel wordt meer ad hoc gewerkt. De betrokkenheid van de Noordkade (als onderdeel van de recreatieve motor) kan sterker.

Marketeer

Marketing is een breed begrip. Dit gaat van het bijhouden van websites, het verzorgen van online marketing via social media tot allerlei vormen van productontwikkeling als de ontwikkeling en promotie van arrangementen, themaroutes, rondleidingen, verhaallijnen e.d. Stakeholders hebben verschillende visies en meningen over de rol van de VVV in de informatievoorziening op dit vlak. De gemeente zelf heeft ook ambities op het gebied van citymarketing.

Bijlage 5 Financiële vertaling organisatiestructuur TRIM Meerijstad

	Kosten (€)		Dekking
	Enmalig Structureel		
1 Beheer bezoekerswebsite			
Taken			
Beheer van de website, deelname redactieraad			
Eindverantwoordelijkheid voor content			
Vertaling in FTE en kosten			
0,6 FTE		30.000	Bestaand budget NOBB
Contractvorming derden (licenties e.d.)		7.500	Bestaand budget NOBB
Bezoekerswebsite Meierijstad			Gemeente: R&T
2 Inrichting en aansturing VIP's			
Taken			
Coördinatie van de VIP's			
Aansturen van vrijwilligers			
Verkoop en informatieverstrekking			
Vertaling in FTE en kosten			
FTE NOBB voor VIP's		15.500	NOBB
0,4 FTE coördinatie (16 uur) structureel		35.000	Bestaand budget gemeente
0,2 FTE opstartfase VIP's: eenmalig 1 dag in de week gedu	16.000		Gemeente: R&T
Inrichting VIP's in de bibliotheek	12.000		Gemeente: R&T
Inrichting VIP's op andere locaties	20.000		Gemeente: R&T
3 Netwerorganisatie			
Taken			
Coördinatie van de netwerorganisatie			
(initieren van overleggen, agendering en verslaglegging)			
Productontwikkeling voor de verhalenreeks van Meierijstad			
(bijv. ontwikkeling van fietsroutes, arrangementen)			
Vertaling in FTE en kosten			
0,33 FTE coördinatie/uitvoering		25.000	Bestaand budget NOBB
Kantoor en vergaderlocatie		12.000	Bestaand budget NOBB
FTE bibliotheekmedewerkers		PM	NOBB
Materialisatie verhalenreeks Meierijstad		PM	Gemeente: R&T
4 Marketing			
Taken			
Opstelling marketingplan			
Uitvoering (online) marketingactiviteiten			
Vertaling in FTE en kosten			
Inhuur dienstverlening voor marketingplan inclusief werkbudget		PM	Gemeente: R&T
Totaal	48.000	125.000	
Samenvatting			
Benodigd structureel budget NOBB		90.000	Bestaand budget NOBB
Benodigd eenmalig budget NOBB			
Benodigd structureel budget gemeente		35.000	Bestaand budget gemeente
Benodigd eenmalig budget gemeente	48.000		Eenmalig/bestaand budget gemeente
Totale lasten	48.000	125.000	