

Statenmededeling aan Provinciale Staten

Onderwerp

Stand van zaken Vrijtijdseconomie

Kennisnemen van

Voortgang van het proces binnen het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie met daarin:

1. De stand van zaken uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie.
2. Nulmeting en meetsystematiek monitoring

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

Aanleiding

In februari 2013 hebben uw Staten het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie 2013-2020 vastgesteld. De hoofdambitie van het Beleidskader Vrijtijdseconomie is om Noord-Brabant te ontwikkelen tot de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland, wat leidt tot een reële groei van bestedingen en een groei van banen in de Vrijtijdssector. Begin 2013 hebben we met u afgesproken om regelmatig te rapporteren over de voortgang van het proces binnen het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie. Er is nu een solide basis gelegd en al veel bereikt in dit dynamische proces met lange termijnplanning t/m 2020. Verder is er een nulmeting uitgevoerd om de voortgang van de ambitie in de komende jaren te kunnen monitoren. Wij informeren u graag over de reeds behaalde resultaten.

Bevoegdheid

Gedeputeerde Staten voeren het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie 2013-2020 uit en informeren uw Staten met regelmaat over de voortgang.

Kernboodschap

1.1 Er is een solide basis gelegd en al veel werk verzet

Oprichting Strategisch Platform

Er is een Strategisch Platform opgericht, met daarin vertegenwoordigers uit de triple helix. Het platform fungeert als denktank en adviesorgaan. De ontwikkelde ideeën hebben als werktitel “VisitBrabant|ConnectBrabant”. Met de initiatieven VisitBrabant|ConnectBrabant is de beweging gestart die de Brabantse Vrijtijdseconomie uit wil laten groeien tot de meest innovatieve en gastvrije regio van Europa. Naast meer bezoekers die langer blijven en meer besteden, wordt door productontwikkeling innovatie en

economische structuurversterking van de sector gerealiseerd. Doel van deze aanpak is dat dit zorgt voor veel extra banen.

Vanaf mei 2013 heeft dit platform:

- De koers met de gezamenlijke stip op de horizon en daarbij behorende strategie en focus voor de korte termijn opgesteld; de focus wordt gelegd op de shortbreakmarkt.
- Businessplan VisitBrabant|ConnectBrabant opgesteld

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

Aanstelling Kwartiermaker

Per 1 oktober 2013 heeft kwartiermaker Bart de Boer de opdracht gekregen om op 1 maart 2014 de volgende producten op te leveren:

- Een functioneel ontwerp voor het multisided platform VisitBrabant|ConnectBrabant
- Een hierop toegesneden ontwerp voor een uitvoeringsorganisatie en bijbehorende governance, met daarbij een voorstel hoe het huidige Vrijtijdshuis Brabant in deze richting kan worden getransformeerd.

Aanhaking van groot aantal partners en stakeholders door gesprekken, bijeenkomsten en symposia

De strategie achter VisitBrabant|ConnectBrabant en het businessplan in ontwikkeling zijn getoetst en doorontwikkeld in samenspraak met circa 50 bepalende stakeholders: ondernemers (groot en klein), de culturele sector (musea, festivals, podia), onderwijs- en kennisinstellingen (hogescholen, universiteiten, mbo), overheden (steden, regio's, citymarketeers, streeknetwerken) en maatschappelijke organisaties. Dit heeft tot nu toe al geleid tot het aanhaken van groot aantal partners bij de gewenste beweging en dit proces wordt in de komende jaren gecontinueerd.

Tijdens twee congressen in oktober ("Brabant leading in leisure") en december ("Brabant leading in leisure; de marktplaats) is de koers en strategie gedeeld met een grote groep van in totaal 600 stakeholders uit alle onderdelen van de triple helix.

Stimulering innovatieve projecten en proeftuinen:

Er is een bijdrageregeling Vrijtijdseconomie opgesteld en impuls gelden (à 750.000 euro) zijn toegekend aan verschillende projecten om goede voorbeelden voor innovatie en bovenregionale samenwerking te genereren. Voorbeelden van projecten zijn o.a. een vernieuwende Discovery Experience in het Evoluon en de samenwerking van Van Gogh Brabant, Jheronimus Bosch 500, Efteling en Eindhoven265 in de bewerking van de

internationale reisindustrie. Deze en de overige projecten zijn te zien op www.brabant.nl/vrijetijdseconomie.

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

531599



Innovatief project: Shortbreakcampagne voor internationale reisindustrie:

Bosch500, Eindhoven 365, Van Gogh Brabant en De Efteling investeren gezamenlijk in het verleiden van buitenlandse bezoekers voor een shortbreak in Brabant. Komende maanden richten de organisaties gezamenlijk de peilen op touroperators en toeristische pers om Brabant als aantrekkelijke bestemming op het netvlies te krijgen. Begin november werd tijdens de World Travel Market in Londen de samenwerking zichtbaar middels een presentatie in de Hollandstand van het Nederlands Bureau voor Toerisme. De Brabantse partners sorteren met deze aanpak voor op de evenementenjaren 2015 en 2016 waarin Vincent van Gogh en Jheronimus Bosch landelijk centraal zullen staan in de internationale marketingcampagnes.

De Brabantse partners presenteren zich als “Brabant, the best DEAL of Holland”.

Hiermee wordt direct verwezen naar de kernkwaliteiten van onze provincie op het vlak van Design, Events, Arts en Leisure.

Daarnaast zijn diverse projecten gefaciliteerd in samenwerking met Vrijetijdshuis Brabant onder andere op het gebied van cultuur, erfgoed en sport, die bijdragen aan de ambitie om de shortbreakmarkt te vergroten. De beschikking voor het werkplan van het Vrijetijdshuis 2014 is hierop aangepast en anticipeert nu op de nieuwe koers. Voorbeelden zijn het project Zuiderwaterlinie en de proeftuin Indoor Brabant, om te bezien hoe de economische spin-off en de relatie met de short breakmarkt kan worden vergroot .

Verdere uitwerking businessmodel

Zoals gezegd komt de Kwartiermaker in maart 2014 met een functioneel ontwerp ten aanzien van het concept en de organisatie van VisitBrabant | ConnectBrabant, inclusief bijbehorende governancestructuur. De hieronder genoemde uitgangspunten zijn hierbij leidend.

Shortbreakmarkt

Door het Strategisch Platform is op basis van de beschikbare analyses en stevige discussies gekozen voor een (eerste) strategische focus op het aanboren van de shortbreakmarkt. We zetten in op de shortbreakmarkt omdat dit internationaal en dus ook voor Brabant *de* groeimarkt is. Er dient

een inhaalslag gemaakt te worden om een schaa sprong in de vrijetijdssector in Brabant mogelijk te maken.

De focus ligt hierbij op bezoekers uit een groter herkomstgebied, die we verleiden een shortbreak in Brabant te houden, met een stad, event, of icoon als bestemming (denk hierbij bijvoorbeeld aan Van Gogh of de Dutch Design Week).

Wanneer de shortbreakbezoeker komt voor bijvoorbeeld een stad, zorgt VisitBrabant | ConnectBrabant er op basis van doelgroepprofielen voor dat de bezoeker ook in aanraking komt met detailhandel (shoppen), het omliggende fiets- en wandelgebied, culturele evenementen in de omgeving en bij zijn/haar profiel passende horecagelegenheden en verblijfsmogelijkheden, met suggesties voor vervoer binnen Brabant. Op deze manier wordt het totale Brabantse leisure aanbod beter vindbaar en bereikbaar. De bezoeker van ver komt zo in eerste instantie voor het topaanbod, maar door deze strategie profiteert uiteindelijk de hele regio mee.

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

Samen zorgen voor meer bezoekers, meer banen



Figuur 1: 'het verbinden van bezoekersprofielen en het Brabantse aanbod'

Multisided platform VisitBrabant | ConnectBrabant

VisitBrabant | ConnectBrabant wordt opgezet als een 'multisided platform', waarbij VisitBrabant zich richt op de bezoekerskant en de gezamenlijke marketing en ConnectBrabant op de product- en conceptontwikkeling en

de verbinding van het aanbod. Een multisided platform bestaat uit producten en diensten die verschillende klantsegmenten met elkaar verbinden. Twee (of meer) verschillende maar onderling afhankelijke klantengroepen worden bij elkaar gebracht om waarde te creëren. Het platform creëert waarde door de interacties te faciliteren tussen de verschillende klantgroepen. Een multisided platform groeit in waarde naarmate het meer gebruikers aantrekt via het zogenaamd 'netwerkeffect'.

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

- Binnen VisitBrabant werken Brabantse organisaties en ondernemingen online en offline intensief samen om het Brabantse culturele, recreatieve en toeristische aanbod en de verblijfsmogelijkheden en bereikbaarheid te versterken en om het nog beter aan te laten sluiten op de marktvraag van dichtbij en verder weg. Consumenten worden daar op maat bediend in hun kennismaking met Brabant.
- Binnen ConnectBrabant worden innovatie en productontwikkeling gestimuleerd. Dit gebeurt door intensieve on- en offline samenwerking en door deling van kennis en ervaring. Dit leidt tot een robuuste versterking van de economische structuur, tot 'in de haarvaten' van de Brabantse vrijetijdssector. Op deze wijze ontstaat een bedding waarbinnen continu nieuwe productmarktcombinaties en innovaties kunnen ontstaan door cross overs met andere sectoren (cultuur, agrifood, zorg, sport, design, techniek, gaming/beeldcultuur, etc.). Door de koppeling met de economische culturele profielen van de steden en regio's ontstaat economische structuurversterking. Uitgangspunt hierbij is altijd authenticiteit, passend bij de kracht van Brabant.

Ontwerp voor de organisatie rondom VisitBrabant | ConnectBrabant

Een servicegerichte netwerkorganisatie moet de drijvende kracht achter de beweging vormen. De huidige opzet en werkwijze van Vrijetijdshuis Brabant (VTH) komen niet overeen met het beeld van deze netwerkorganisatie. De kwartiermaker komt uiterlijk 1 maart met een ontwerp voor deze organisatie en bijbehorende governance. Hierover wordt dan advies gevraagd aan het strategisch platform. Na vaststelling van het ontwerp door Gedeputeerde Staten wordt de nieuwe organisatie ingericht (de Stichting VTH wordt omgevormd tot een nieuwe organisatie). De beoogde transformatie van Vrijetijdshuis Brabant wordt voortvarend opgepakt. Met de Raad van Toezicht van Vrijetijdshuis Brabant is overeenstemming over de ingezette koers. Twee leden van de Raad van Toezicht van Vrijetijdshuis Brabant zijn toegetreden tot het Strategisch Platform.

21. De nulmeting is uitgevoerd.

Er is een nulmeting uitgevoerd door Vrijtijdshuis Brabant. De nulmeting bestaat uit een factsheet met toelichting (zie bijlage) en onderlegger (ter inzage bij de griffie). De cijfers zijn het ijkpunt voor de ontwikkeling in de Vrijtijdseconomie. In de nulmeting zijn zowel resultaat- als procesindicatoren in beeld gebracht. Op kwantitatieve en/of kwalitatieve wijze.

Datum

28 januari 2014

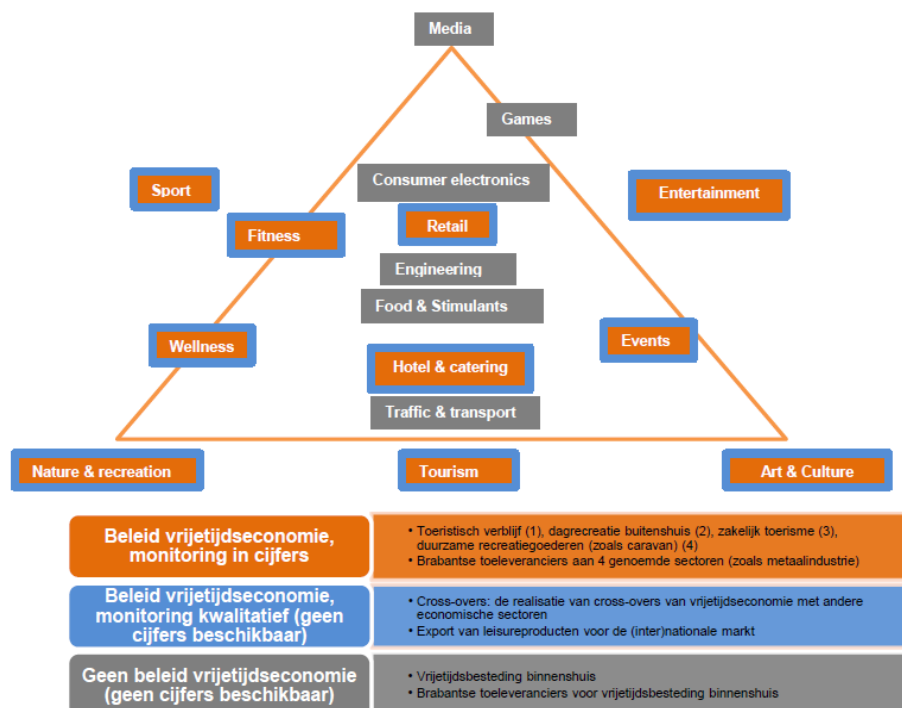
Documentnummer

3531599

2.2 In de monitoring wordt onderscheid gemaakt tussen meetbare en nog niet meetbare cijfers.

De Vrijtijdseconomie is een domein in ontwikkeling. In de nulmeting richten we ons daarom op de waarden en cijfers waarover op dit moment duidelijkheid bestaat en die meetbaar zijn. Dit geldt slechts voor een deel van de onderdelen waaruit de Vrijtijdseconomie is opgebouwd.

De cijfers, die in het Beleidskader zijn genoemd voor de groei van het aantal banen en de bestedingen, zijn opgebouwd uit enerzijds harde cijfers voor vrijetijdsbesteding buitenshuis en de Brabantse toeleveranciers en anderzijds uit een ruwe schatting van de cijfers voor de export van leisureproducten. In figuur 2 is aangegeven voor welk onderdeel van de Vrijtijdseconomie harde cijfers beschikbaar zijn en welk deel geschat wordt.



Figuur 2: domein Vrijtijdseconomie met onderscheid tussen meetbare en nog niet meetbare cijfers

2.3 *In de monitoring is gekozen voor toegevoegde waarde in plaats van bestedingen. Dit heeft geen effect op de ambitie.*

Voor het deel waarvoor harde cijfers beschikbaar zijn, is gekozen voor het aanpassen van de indicator. Er wordt gemeten met “toegevoegde waarde” in plaats van “bestedingen”. Dit geeft een realistischer beeld van de waarde die daadwerkelijk in de Vrijtijdseconomie in Brabant is gecreëerd. De totale ambitie voor de Vrijtijdseconomie uit het Beleidskader blijft door deze nuancerings onveranderd.

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

Beleidskader Vrijtijdseconomie – ambitie en meetbaar gedeelte hiervan						
	2013		2020		Groei (%)	
	<i>Ambitie</i>	<i>Meetbaar in monitoring</i>	<i>Ambitie</i>	<i>Meetbaar in monitoring</i>	<i>Ambitie</i>	<i>Meetbaar in monitoring</i>
Bestedingen – toegevoegde waarde	5,3 miljard	1,93 miljard	6 miljard	2,18 miljard	13	13
Banen	100.000	51.700	130.000	58.400	30	13

Een voorbeeld: Wanneer voor het menu in een Brabants restaurant gebruik wordt gemaakt van vis uit Noorwegen komt een deel van de consumentenbestedingen in de Noorse economie terecht. Na correctie voor onder meer BTW en import resteert de toegevoegde waarde, de waarde die daadwerkelijk door de vrijtijdseconomie in Brabant is gecreëerd.

Zoals gezegd is de Vrijtijdseconomie een domein in ontwikkeling. Dit geldt ook voor de beschikbaarheid van de monitoringsmethodieken en cijfers. Bij de interpretatie van de monitoring wordt daarom ook rekening gehouden met het feit dat de cijfers ook door beleidsexterne factoren worden beïnvloed. Ieder monitoringsmoment wordt verder in de context van de tijd geplaatst. In de beleidsperiode zal erop worden ingezet om ook de overige cijfers beter te kunnen ramen.

Consequenties

1. Uitvoeringsagenda Beleidskader Vrijtijdseconomie ligt op koers

Met de tot nu toe gezette stappen ligt het Vrijtijdseconomiebeleid op koers richting de gestelde ambitie.

2. *De nulmeting en monitoringsmethodiek zijn vastgesteld*

De verfijning van de nulmeting en monitoring heeft geen consequenties voor de geformuleerde ambities.

Datum

28 januari 2014

Documentnummer

3531599

Europese en internationale zaken

Met extra inzet op de Vrijtijdseconomie de komende jaren wordt nagestreefd om Noord-Brabant de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te maken. Dit moet leiden tot sterke profilering van het Brabantse vestigingsklimaat en meer buitenlandse bezoekers.

Communicatie

Het Strategisch Platform, onder voorzitterschap van Gedeputeerde Bert Pauli en het Kwartiermakersteam onder leiding van Bart de Boer betrekken en informeren een grote groep belangstellenden en belanghebbenden. Dit gebeurt via gesprekken, tafels, netwerkmomenten en via communicatie in partnerberichten, op de website en via social media.

Vervolg

Uw Staten worden jaarlijks geïnformeerd over het proces in de Uitvoeringsagenda en één keer per twee jaar over de cijfers. Gelet op de vele ontwikkelingen is het eerstvolgende informatiemoment over het proces gepland rond de zomer van 2014. Het eerstvolgende informatiemoment over de monitoring vindt plaats in 2015.

Bijlagen

1. Indicatoren overzicht
2. Toelichting op cijfers nulmeting Vrijtijdseconomie en factsheet: Brabantse vrijtijdseconomie; stand van zaken 2013
3. Onderlegger Factsheet

Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant,
namens deze,
Voorzitter,

Secretaris,

Prof. dr. W.B.H.J. van de Donk

mw. ir. A.M. Burger

Auteur: I.M.P. Sebregts, isebregts@brabant.nl, (06) 556 866 95
Cluster Economie en Internationalisering/Afd. Economisch Beleid en
Deelnemingen