



PERSPECTIEF

Toerisme Zuid-Holland 2030

Oktober 2018



WHY & HOW?

Context

WHY

Toerisme groeit en bloeit, in de wereld, Nederland en Zuid-Holland. De verwachting is dat vergeleken met nu het aantal toeristen dat Nederland aandoet in 2030 met zo'n 50% stijgt. Buitenlandse toeristen brachten in 2017 voor 28,3 miljard aan toegevoegde waarde voor de Nederlandse economie. Het toerisme (bezoekers uit binnen- en buitenland) is in Nederland verantwoordelijk voor 4,3% van het Bruto Binnenlands Product. Dit is ruim meer dan de sectoren landbouw en olie- en gaswinning, ongeveer evenveel als de bouw en maar iets minder dan de financiële sector (cijfers: CBS). De vrijetijdseconomie is goed voor 640.000 banen in Nederland (7,5% van de werkgelegenheid, met relatief veel banen voor lager opgeleiden en sociaal kwetsbare groepen). Toerisme levert per saldo een positieve bijdrage aan de beeldvorming over Nederland, het woon- en vestigingsklimaat, het welzijn en aan het voorzieningenniveau, ook in minder bevolkte (buiten)gebieden.

Deze context schetst de kansen voor Zuid-Holland, maar ook de uitdagingen. Hoe benutten we toerisme als economische motor? En hoe houden we tegelijkertijd de kwaliteit van onze leefomgeving en voorzieningen op peil? Daarin kan de provincie Zuid-Holland het verschil maken.

HOW

Het benutten van toerisme als economische motor, ook voor de kwaliteit van onze leefomgeving en voorzieningen kan! Door expliciet de groei van het toerisme te verbinden met andere maatschappelijke en economische doelstellingen. En door het toerisme direct in verband te brengen met wat de inwoners van Zuid-Holland daaraan kunnen hebben. De provincie stelt een ambitieuze ambitie: iedere Zuid-Hollander profiteert in 2030 van toerisme.

In 2030:

1. zorgt toerisme voor extra werkgelegenheid in Zuid-Holland, voor hoger opgeleiden maar ook voor de meer kwetsbare bevolkingsgroepen;
2. zorgt toerisme voor instandhouding of ontwikkeling van voorzieningen (denk aan musea en detailhandel) waar ook de inwoners van Zuid-Holland van profiteren;
3. zorgt toerisme voor bezoekers met interesse in natuur en cultuur die waarde toevoegen aan de Zuid-Hollandse samenleving;
4. draagt toerisme bij aan de identiteit, kwaliteit en vitaliteit van Zuid-Holland, waaronder steden, natuurgebieden en iconen en aan onderhoud en investeringen in natuur, landschap en erfgoed;
5. heeft toerisme een positieve impact op de duurzaamheid van de samenleving door duurzaam toeristisch vervoer en duurzame toeristische voorzieningen.



IN 2030 PROFITEERT IEDERE ZUID-HOLLANDER VAN TOERISME

- Provincie Zuid-Holland



WHAT?

Dit gaan we doen om ervoor te zorgen dat iedere Zuid-Hollander in 2030 profiteert van toerisme.

1. Benutten van toeristische troeven

Het beter benutten van de toeristische troeven - zoals Werelderfgoed Kinderdijk en de Keukenhof - is een uitgelezen mogelijkheid om meer te profiteren van het toerisme. Dat kan door die troeven meer en beter te verbinden met regionale aanbod, onze historie, identiteit, natuur en cultuur. Bij natuur gaat het met name om onze Nationale Parken (nieuwe stijl): bij de Hollandse Duinen en NL Delta (Biesbosch-Haringvliet) kunnen we toeristen beter en langer aan ons binden. Zo kan NL Delta toeristisch worden versterkt door de ontwikkeling van de Dutch Delta Cruise Port, waarmee ingespeeld wordt op de sterk groeiende riviercruisemarkt. Bij cultuur ligt de focus op onze steden met hun onderscheidend cultuur(historische) aanbod, zoals Leiden, Den Haag, Delft, Rotterdam, Gouda en Dordrecht. De steden kunnen worden benut als hubs om het voorzieningenniveau binnen de stad én (via stad-landverbindingen) de omgeving te versterken.

2. Versterken van omgevingskwaliteit

Juist met de toenemende toeristische druk wordt de zorg voor de omgevingskwaliteit belangrijker. Investeren in de kwaliteit van bestemmingen, vervoersnetwerken en voorzieningen is gewenst om de toeristische belevingswaarde van Zuid-Holland (totaalervaring van vervoer, verblijf en vermaak) te versterken. Met name (het versterken van) de kwaliteit van de verblijfsvoorzieningen vraagt om aandacht.

3. Verbeteren mobiliteit

Het uitgebreide en fijnmazige fiets- en vaarnetwerk dat stad en land verbindt, vormt de basis van een goede recreatief-toeristische infrastructuur. Met name het versterken van de fiets- en vaarroutes die de steden verbinden met de Nationale Parken, de aantrekkelijke landschappen in de nabijheid van steden (Hollands Plassengebied, Krimpenerwaard, Midden-Delfland) en meer 'stand-alone' toeristische hotspots zoals de Keukenhof en Werelderfgoed Kinderdijk, biedt kansen. Een aangenaam toeristisch verblijf kan worden bevorderd door de fiets- en vaarinfrastructuur beter te benutten en te profileren. De toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van het Openbaar Vervoer kan al met simpele ingrepen worden versterkt, zoals een speciale (dag)kaart voor toeristen die geen OV chip hebben. Bovendien kan specifiek worden ingezet op het verder versterken van vervoer over water (door middel van de Waterbus) en een aantal ontbrekende 'last mile' oplossingen om eindbestemmingen beter bereikbaar te maken, door inzet van innovatieve, duurzame vervoersmiddelen. Maar ook een betere ontsluiting van data over wachttijden en files zijn kansen die de komende jaren benut kunnen worden.



WHAT?

Dit gaan we doen om ervoor te zorgen dat iedere Zuid-Hollander in 2030 profiteert van toerisme.

4. Samenwerking rond inspirerende concepten en verhaallijnen

Het is een kans om de erfgoedlijnen en het HollandCity concept verder te ontwikkelen en zo verhaallijnen, themajaren en districten internationaal te profileren. Hiermee kunnen streken en steden in hun kracht worden gezet. Denk aan Cheese Valley als verbindend concept in een deel van het Groene Hart. De provincie kan de verbinding tussen de cultuurhistorische steden, de Nationale Parken en de bijzondere buitengebieden versterken door middel van herkenbare, internationaal aansprekende thema's en verhaallijnen, zoals Nederland Waterland, Royal, Bloemen en de Gouden Eeuw.

5. Versterken van duurzaam toerisme

Het vanuit eigen identiteit en kracht ontwikkelen van bestemmingen met respect voor mens en omgeving (onder meer natuur en erfgoed) wordt alleen maar belangrijker. Bovendien sluiten duurzaamheidsthema's als energietransitie, circulariteit en klimaatadaptatie direct aan bij de speerpunten van provinciaal beleid. De toeristische sector biedt waardevolle meekoppelkansen om te verduurzamen op een wijze die de toeristische (innovatie)kracht van Zuid-Holland versterkt. Denk bij vervoer bijvoorbeeld aan meer inzet op elektrisch vervoer en vervoer per OV, fiets en over water. Denk bij vermaak onder meer aan meer inzet van hoogwaardige, waaronder biologische, streekproducten. En denk bij verblijf aan bijvoorbeeld circulaire en klimaatrobuuste accommodaties met meer inzet van hernieuwbare materialen en energie in een rijke groenblauwe omgeving (Landal Reeuwijkse Plassen vormt al een good practice). Dit is allemaal mogelijk door duurzaamheid als sturende voorwaarde mee te nemen in nieuwe ontwikkelingen en door in provinciaal beleid inzake mobiliteit, landbouw, energietransitie en klimaatadaptatie beter rekening te houden met en in te spelen op de kansen die het groeiende toerisme biedt. Toerisme kan daardoor steeds meer en beter fungeren als toekomstige bron van welvaart en welzijn in een aantrekkelijk Zuid-Holland.



**DE KUSTWERKEN VAN KATWIJK WON VELE ARCHITECTUURPRIJZEN EN IS EEN
UITSTEKEND VOORBEELD VAN HOE WELVAART, WELZIJN EN DE VEILIGHEID ÉN DE
KWALITEIT VAN DE FYSIEKE LEEFOMGEVING KUNNEN WORDEN VERSTERKT.**

- Kustversterking, Katwijk



DE ZANDMOTOR IS EEN WALHALLA VOOR KITESURFERS. EN HET VERSTERKT DE LEEFOMGEVINGSKWALITEIT. NIEUWE NATUUR ZORGT (OP EEN ECONOMISCH RENDABELE WIJZE) VOOR EEN NATUURLIJKE BARRIÈRE DIE DE WATERVEILIGHEID VERGROOT.

- De Zandmotor, Ter Heijde



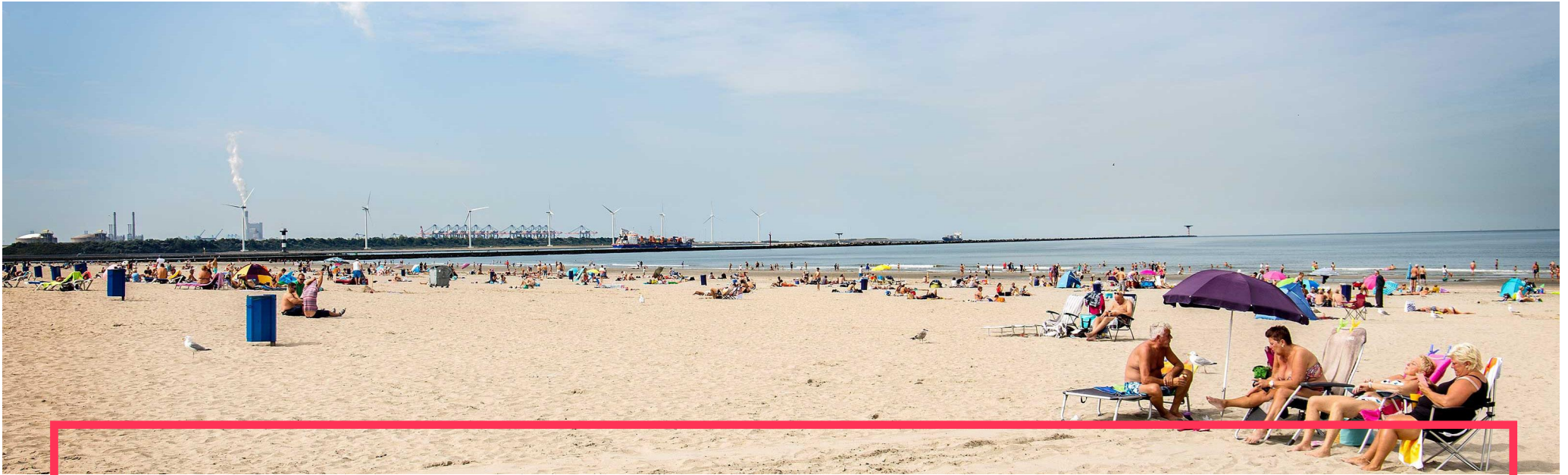
**DE BOULEVARD HEEFT SCHEVENINGEN RECREATIEF EN TOERISTISCH VEEL
ATTRACTIEVER GEMAAKT. NIET ALLEEN VOOR BEZOEKERS, MAAR OOK VOOR BEWONERS.**

- De Boulevard, Scheveningen



**DIT VAKANTIEPARK IS NIET ALLEEN COMMERCIEEL SUCCESVOL, HET IS OOK EEN
SHOWCASE VAN DUURZAME ONTWIKKELING. GASTEN VERBLIJVEN IN ENERGIEZUINIGE
EN NATUURLIJKE MATERIALEN OPGETROKKEN (WATER)WONINGEN EN VERKENNEN PER
(E-)FIETS EN FLUISTER- OF ZEILBOOT HET GROENE HART.**

- Landal Greenparks, Reeuwijk



ROTTERDAM BEACH LAAT ZIEN HOE RECREATIE EN TOERISME OP DUURZAME WIJZE KUNNEN WORDEN VERSTERKT. DE VERBINDING MET DE METRO NAAR HOEK VAN HOLLAND ZORGT VOOR EEN ECONOMISCHE IMPULS, OOK VOOR DE KERN VAN HOEK VAN HOLLAND ZELF, MET VEEL EXTRA WERKGELEGENHEID. STRAND, DUINEN EN ERFGOED (ATLANTIK WAL) WORDEN DOOR DE VERBINDING BETER BELEEFBAAR GEMAAKT. EN DE NATUUR WORDT VERSTERKT DOOR MIDDEL VAN GETIJDENINLAAT EN DE REALISATIE VAN EEN NATTE DUINVALLEI.

- Rotterdam Beach



WHO?

Call to action

Allereerst: veel mensen en organisaties hebben een rol om toerisme te benutten als economische en maatschappelijk motor. Onder meer het Rijk, gemeenten, bedrijven en marketingorganisaties. De provincie wil hen helpen daar waar nodig is en daar waar de verbinding kan worden gelegd.

Rol provincie

De provincie kan op meerdere manieren bijdragen aan de ambitie om iedere Zuid-Hollander te laten profiteren van toerisme:

1. Door een stevige koppeling te leggen tussen de groei van het toerisme en (hogere) maatschappelijke en economische doelen gekoppeld aan werkgelegenheid, voorzieningen, ecologie en identiteit. Dit kan alleen door daar als provincie samen met partners bovenregionaal op te sturen, vanuit een lange termijn perspectief.
2. Door de maatschappelijke en economische doelen op dit niveau steeds in verband te brengen met programma's, projecten en initiatieven in de uitvoering en vice versa.
3. Door programma's, projecten en initiatieven met een (potentieel) grote bijdrage aan de economische, sociale en ecologische doelen (die bovendien de kwaliteit van het toeristisch product verbeteren) te stimuleren die niet vanzelf van de grond komen.
4. Door onderlinge samenwerking te bevorderen, te zorgen voor heldere, eigentijdse kaders en regie te nemen ten aanzien van een goede ruimtelijke ordening en het beschermen van de natuurlijke waarden.
5. Door kennisontwikkeling en -uitwisseling in de sector te bevorderen.



provincie **HOLLAND**
ZUID

BLOC

COLOFON

Dit perspectief is opgesteld door BLOC in opdracht van de provincie Zuid-Holland en is mede tot stand gekomen met behulp van sessie en gesprekken met o.a. NBTC Holland Marketing, Waterrecreatie Nederland, Koninklijke Horeca Nederland, Werelderfgoed Kinderdijk, Erfgoedhuis Zuid-Holland, Leiden Marketing, de gemeenten Den Haag, Krimpenerwaard en Westland, de regio Midden-Holland en de Metropoolregio Rotterdam – Den Haag, Recron, Hiswa, Rotterdam Partners, Woerden Marketing en SOHW.