

Startnotitie Toeristische visie gemeente Bergen 2015-2025

1. Inleiding

Gemeente Bergen beschikt niet over een toeristische visie. Voor een gemeente waarvan het toerisme een grote economische peiler vormt, is dit een groot gemis. Eén van de redenen dat er nog geen toeristische visie ligt, is dat er werd gewacht op het vormen van een algemene toekomstvisie voor de gemeente. In november 2013 zijn er regionaal toeristische speerpunten opgesteld¹, waaruit een regionale visie moet volgen. Uw raad heeft met zijn verzoek om een startnotitie besloten vooruit te lopen op de toekomstvisie en de regionale visie. Uiteraard wordt gezorgd dat deze zaken aanvullend op elkaar worden gerealiseerd en stroken met elkaar. Dingen worden niet dubbel gedaan.

2. Aanleiding

In oktober 2013 heeft uw raad besloten dat er in januari 2014 aan hem een startnotitie wordt voorgelegd die het opstellen van een toeristische visie voor gemeente Bergen voorbereidt. Deze startnotitie ligt nu voor u. De praktische invulling van de VVV-agentschappen en de toeristische informatievoorziening (marketing en promotie) voor 2014 zijn naar aanleiding van het raadsbesluit in het laatste kwartaal van 2013 in gang gezet.

3. Doel

Het doel van het te volgen traject is het realiseren van een toeristische visie voor de gemeente. Dit houdt in dat er voor de gemeente als geheel, als ook voor de afzonderlijke kernen, wordt bepaald wat de aantrekkingskrachten zijn, wie de gemeente momenteel bezoeken en wat de gemeente nu en in de toekomst wil uitstralen op toeristisch gebied. Bij de visie wordt een uitvoeringsagenda gevoegd waarin wordt opgenomen welke partijen en middelen er nodig zijn om vervolgens op basis van de visie:

- o bezoekers/ toeristen te trekken
- o herhaalbezoek te realiseren
- o verblijfsduur te verlengen

4. Projectbeschrijving

Waar dit niet expliciet wordt genoemd, gelden de genoemde activiteiten voor zowel de gemeente als geheel als de afzonderlijke kernen.

4.1. Stappenplan

Stap 1: Inventarisatie en analyse

- ❖ van:
 - bestaande documentatie/bronnen (beleidsdocumenten, regionale speerpunten, Provinciaal beleid, regionaal beleid, informatie NBTC, VVV etc.)
 - trends en ontwikkelingen toeristische sector (algemeen en specifiek in gemeente Bergen)
 - toeristische aantrekkingskracht/ trekkers gemeente
 - profiel bezoekers gemeente/ kernen (informatie van VVV en ondernemers)

¹ Zie bijlage I voor dit document

- beeld gemeente en bezoekers bij inwoners, toeristische ondernemers en andere toeristische partijen (VVV, websites) (toetsen door middel van een bijeenkomst)
- ❖ vorming werkgroep met daarin in ieder geval vertegenwoordigers van:
 - Recron
 - ondernemersverenigingen/ paviljoenhouders
 - Regio-VVV
 - Koninklijke Horeca Nederland
 - Beleidsmedewerker kunst en cultuur?
 - Beleidsmedewerker duurzaamheid?
 - Coördinator strand
- ❖ vorming klankbordgroep
 - (toeristisch) ondernemers
 - Inwoners/ bewonersverenigingen
- ❖ Overleg:
 - startbijeenkomst met werkgroep voor bepaling huidig beeld van de gemeente en haar bezoekers
- ❖ Communicatie:
 - Door middel van het persuurtje, een persbericht in de gemeentekrant en op de website van de gemeente communiceren dat het college heeft besloten een toeristische visie op te laten stellen. In dit bericht wordt een oproep gedaan aan geïnteresseerden om zich te melden voor de klankbordgroep.

Stap 2: Visieontwikkeling

- ❖ met de informatie van stap 1:
 - kaders toerisme bepalen
 - sterkte- en zwakteanalyse opstellen
 - bepalen:
 - o welke waarden/beeld de gemeente uit draagt
 - o hoe gemeente Bergen met die waarden op de kaart te zetten
 - o regionale aansluiting
- ❖ Overleg:
 - werkgroep: kaders bepalen en toetsen en vaststellen waarden
- ❖ Communicatie:
 - met werkgroep

Stap 3: Praktische uitwerking

- bepalen hoe de waarden kunnen worden ingezet om:
 - o bezoekers/ toeristen te trekken
 - o herhaalbezoek te realiseren
 - o verblijfsduur te verlengen

- inventariseren bestaande partijen en middelen voor marketing en promotie (waaronder eerder aangemelde initiatieven)
- keuzes maken uit partijen en middelen genoemd in vorig punt en daaraan bedragen koppelen
- ❖ opstellen uitvoeringsagenda met daarin onder andere:
 - uitwerking eerste twee punten van stap 3
 - aansluiting bij regionale promotie
 - verschillende mogelijkheden promotie (digitaal/papier/mondeling)
 - mogelijkheid ambassadeurs onder bewoners/ondernemers
 - invulling marketing en promotie en de daarbij behorende kosten
- ❖ Overleg:
 - externe partijen met aangemelde initiatieven
 - initiatiefnemers van interessante websites
 - promotie- en marketingpartijen
 - werkgroep
 - klankbordgroep
- ❖ Communicatie
 - direct met genoemde partijen

Stap 4: Raadpleging en vaststelling

- conceptvisie voorleggen aan werkgroep
- conceptvisie voorleggen aan klankbordgroep en andere geïnteresseerden tijdens informatiebijeenkomst
- eventuele input verwerken tot eindversie document
- vaststelling in college en raad
- ❖ Overleg:
 - met werkgroep
- ❖ Communicatie
 - In persbericht in gemeentekrant en op gemeentelijke website de informatiebijeenkomst aankondigen, alsook in het persuurtje

5. Resultaat

De toeristische visie geeft onderbouwing, een kader en toetsingsmogelijkheid voor het toekomstig toeristisch beleid van de gemeente. Naast de gemeente biedt het ook de toeristische ondernemers en partijen een richtlijn en houvast.

Naar aanleiding van deze visie kan er gericht en onderbouwd worden ingezet op toeristische marketing en promotie van de gemeente en kunnen ondernemers in de gemeente dezelfde lijn volgen om de gemeente op de kaart te zetten.

Bovendien kan de visie dienen als input voor de toekomstvisie en als leidraad bij aansluiting bij regionale promotie- en marketinginitiatieven.

De uitvoeringsagenda is de praktische uitwerking van de visie en geeft de planning en invulling weer van de te ondernemen activiteiten om uitvoering aan de visie te geven en het genoemde doel te bereiken.

6. Participatie

Er wordt input gevraagd van verschillende partijen:

- inwoners
- toeristische ondernemers en partijen
- marketing- en promotiepartijen

Bij bovengenoemde partijen is veel kennis aanwezig over de bezoekers van onze gemeente en zij kunnen daarom een goed beeld schetsen van de bezoeker van de gemeente. Omdat de planning voor het opstellen van de visie en de uitvoeringsagenda geen tijd biedt voor een uitgebreide enquête onder bezoekers, is dit een goed alternatief.

De werkgroep zoals genoemd onder stap 1 van paragraaf 4.1 is betrokken bij het hele traject om te komen tot een toeristische visie. Andere geïnteresseerden worden in de beginfase opgeroepen zich te melden en voor de presentatie van de conceptvisie wordt een algemene oproep op de website en in de gemeentekrant gedaan.

7. Communicatie

Tijdens de verschillende te doorlopen stappen worden de verschillende partijen als volgt benaderd:

<i>Stap</i>	<i>Partijen</i>	<i>Communicatie</i>
1. Inventarisatie en analyse	werkgroep	Persoonlijke uitnodiging en directe communicatie (e-mail, telefoon)
	klankbordgroep en geïnteresseerden	Informeren over waarom toeristische visie. Oproep tot deelname in klankbordgroep via vertegenwoordigers inwoners en ondernemers en via persbericht in gemeentekrant en op website gemeente
2. Visieontwikkeling	Werkgroep	kaders bepalen en toetsen en vaststellen waarden
3. Praktische uitwerking	- externe partijen met aangemelde initiatieven - initiatiefnemers van interessante websites - promotie- en marketingpartijen - werkgroep	Directe communicatie (e-mail, telefoon)
4. Raadpleging en vaststelling	Werkgroep	Directe communicatie (e-mail, telefoon)
	klankbordgroep en geïnteresseerden	Informeren over waarom toeristische visie.

		Persbericht in gemeentekrant en op website gemeente over informatieavond conceptvisie
--	--	---

8. Projectorganisatie

Er wordt een werkgroep samengesteld. Hierin nemen de partijen deel die zijn genoemd onder paragraaf 4.1, stap 1. Ook wordt er een klankbordgroep samengesteld uit een bredere groep inwoners en ondernemers.

De portefeuillehouder wordt op de hoogte gehouden van de voortgang van het project via de portefeuillehoudersoverleggen.

De beleidsmedewerker EZR&T is de projectleider, zij is verantwoordelijk voor:

- integrale benadering en afstemming tussen de verschillende betrokken partijen
- bewaken van de kwaliteit en planning van het project
- (externe) communicatie over het project

<i>Afdeling</i>	<i>Wie</i>	<i>Tijdinschatting</i>
Ontwikkeling	Beleidsmedewerker EZRT	100 uur
Ontwikkeling	Beleidsmedewerker kunst en cultuur	3 uur
BOR	Medewerker Strand	3 uur

Daarnaast worden ingeschakeld indien nodig:

<i>Afdeling</i>	<i>Wie</i>	<i>Tijdinschatting</i>
Bedrijfsvoering en control	Communicatieadviseur	3 uur
Bedrijfsvoering en control	Juridisch adviseur	3 uur

9. Planning, budget en risico's

9.1. Planning

<i>Maand</i>	<i>Activiteit</i>	<i>Product</i>
Januari 2014	Akkoord raad startnotitie	
Februari 2014	Start proces beleidsvisie	
Februari - maart 2014	Inventarisatie- en analysefase	Informatiedocument naar aanleiding van deskresearch en bijeenkomst
April 2014	Visieontwikkeling	Concept visiedocument met kaders en sterkte- zwakteanalyse
Mei – juni 2014	Praktische invulling promotie naar aanleiding van visie	Conceptdocument met visie en uitvoeringsagenda (praktische invulling van partijen en middelen)
Juli 2014	Conceptdocument voorleggen tijdens informatiebijeenkomst en verwerken input	Definitieve versie visiedocument en uitvoeringsagenda
Augustus 2014	Vaststelling college	
September/oktober 2014	Vaststelling raad	Definitief visiedocument en uitvoeringsagenda

9.2. Budget

De toeristische visie gemeente Bergen wordt in eigen beheer opgesteld. Er zijn daarom geen kosten mee gemoeid.

9.3. Risico's

Er zijn geen risico's verbonden aan het opstellen van de toeristische visie. Er zijn juist risico's verbonden aan het nog langer uitstellen van het opstellen van een dergelijke visie. Vanuit toeristisch ondernemers is er behoefte aan een richtlijn en ook voor het aansluiten bij regionale promotie is het handig om een duidelijke eigen visie te hebben. Er is behoefte aan kaders en richting.