

**Beslisnotitie:** 001 t.b.v. NLDeltafel 5 februari 2020

**Ingebracht door:** Patty Kanselaar (communicatiemanager), n.a.v. NLDeltafel 16 november 2019

**Datum:** 29/01/2020

**Betreft:** Balans tussen toerisme en de (natuur-)kwaliteit van het gebied van NLDelta

***Gevraagd aan de NLDeltafel: in te stemmen met het voorstel genoemd onder E. op basis van de reeds gemaakte keuzes (onder C)***

## **A. Relatie met volgende ambities uit ambitieboek**

1. Versterken robuuste natuur
2. Beleefbaarheid
3. Bereikbaarheid en verbindingen
4. Bekendheid
5. Ambassadeurschap
6. Duurzame invloed op lokale economie

## **B. Aanleiding**

Discussie of het aantrekken van meer toeristen, nationaal en internationaal, naar NLDelta kan leiden tot meer druk op de (natuur-)kwaliteit van NLDelta.

## **C. Wat is er tot nu toe besloten/ wat is het uitgangspunt?**

- De ambities zoals verwoord in 'Dit is onze natuur'
- Het worden van een nationaal park nieuwe stijl
- Uitkomst van het Sterk Merk-proces als prijs Mooiste Natuurgebied: merkprofiel NLDelta zoals uitgewerkt in de NLDelta merkgids.  
Deelname aan internationale campagne Holland National Parks in 2019 als NP nieuwe stijl. (Doelgroep: toerist 'independent explorer' \* (zie onderaan); dichtbij markten (België, Duitsland, Italië, Frankrijk).
- Deelname aan vervolg van de Holland National Parks campagne in 2020, met uitbreiding naar de Nederlandse markt.
- Uitwerking naar eigen publiekscommunicatie NLDelta met doel het 'inspireren' van toeristen tot een bezoek, naar een website [www.visitnldelta.nl](http://www.visitnldelta.nl) en folder. Top 10 van NLDelta belevingen (highlights) in de etalage, aangevuld met belevingen 'in de buurt'
- Ontwikkelen van unieke beleefconcepten o.a. door Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer voor de betekenis-toerist (landelijk project o.l.v. NPB)
- Marketingaanbod voor de riviercruisemarkt samengesteld door Waterpoort en door Vestingdriehoek
- Nominatie Unesco Werelderfgoed voor de Nieuwe Hollandse Waterlinie

- NLDelta richt zich met de marketingcommunicatie alleen op de overkoepelende keuzes t.a.v. marketingdoelen en doelgroepen. (Lokale marketingdoelen worden lokaal bediend).

#### **D. Afweging**

De komende jaren neemt het aantal toeristen naar Nederland toe. NBTC voert een landelijk beleid t.a.v. de spreiding van toeristen over meer/andere locaties ter ontlasting van de Nederlandse hotspots. Het in de etalage zetten van de Nederlandse natuurgebieden is daarin een speerpunt.

NLDelta stuurt zelf op de toeristen die het gebied wil ontvangen: welke, hoeveel en waar, in relatie tot de ambities voor natuurkwaliteit en cultureel erfgoed.

Op welke doelgroepen toeristen richt NLDelta zich met promotie van het gebied uitgaande van wat wij verstaan onder duurzaam toerisme?

#### **E. Voorstel**

Welke keuzes maken we gezamenlijk t.a.v. de overkoepelende marketingdoelen van NP NLDelta (doelgroepen, bezoekersmanagement):

- Bezoekersdoelgroepen (wie?)
- Bezoekersaantallen (hoeveel?)
- Bezoekersstromen (waar?)

Voorgestelde actie: met de partners en de lokale marketingorganisaties een uitwerking maken van bovengenoemde overkoepelende marketingdoelen.

#### **F. Vervolg**

De marketingcommunicatie/ promotie van NP NLDelta wordt op basis van de gekozen overkoepelende marketingdoelstellingen verder uitgewerkt.

Daarnaast geven de overkoepelende keuzes consequenties voor onder andere:

- Productaanbod (voorzieningen, belevingsmogelijkheden, bezoekerscentra/entreepoorten, verblijfsmogelijkheden, horeca, educatieprogramma, ..... )
- Visuele identiteit in het gebied (entreepoorten, bebording, ....)
- De 'mensen van de NLDelta' (vrijwilligers, medewerkers, Gastheren/ ondernemers, ....)

De uitwerking daarvan ligt t.z.t. bij de gebiedspartners.

---

\*Independent Explorer:

Is op zoek naar unieke belevingen die kenmerkend zijn voor het gebied. Belevingen die 'off the beaten track' zijn. Vermijdt plekken waar de 'toeristische massa' naar toe gaat. Wil het liefst de juweeltjes ontdekken, waar de lokale bevolking ook naar toe gaat of waar hij in contact komt mét die lokale bevolking. Wil zich de cultuur van het gebied ervaren.

Gericht op: Ontdekken van lokale cultuur en mensen | authenticiteit | verrast willen/ worden | lokale gerechten/voedsel | persoonlijke verrijking. (Bron NBTC)