

# Modelmatige aanpak voor een vitaal en toeristisch aantrekkelijk platteland

*Vaak wordt toerisme gezien als een kansrijke manier om het platteland van een economische impuls te voorzien. Door technologisering, mobiliteit en regelgeving hebben de agrarische sector en lokale voorzieningen het moeilijk. Nieuwe verdienmodellen zijn dan ook noodzakelijk. Een gecontroleerde groei van het toerisme wordt vaak genoemd als een van deze alternatieve verdienmodellen. Maar welke kernen zijn nu het meest kansrijk voor ontwikkeling van toerisme? En hoe kan deze ontwikkeling in goede banen worden geleid? De discussies over 'overtourisme' en de nadelige gevolgen hiervan liggen immers in veel gemeenten scherp op het netvlies. ZKA ontwikkelde samen met Seinpost een methodiek om hier meer grip op te krijgen (zie onderstaande model). In twee stappen wordt uitgelegd hoe het werkt.*

## **Wat zijn de ruimtelijke- en sociale kwaliteiten van een kern?**

De ruimtelijke en de sociale kwaliteiten van een kern vormen een belangrijk onderdeel van het samengesteld toeristisch product. Door een indicatie te hebben van beide onderdelen is het mogelijk om de toeristische potenties van een kern in te kunnen inschatten. Zowel ruimtelijk (de landschappelijke en fysieke omgeving) als sociaal (het organiserend vermogen) moet een kern bovengemiddeld scoren om onderscheidend genoeg te zijn binnen de toeristische markt. Mocht uit het model blijken dat één van beide onderdelen niet optimaal is, dan kan er misschien beter overwogen worden om in te zetten op andere sectoren of beleidsdomeinen. Het toerisme kan dan alsnog ondersteunend zijn, maar zal in eerste instantie kleinschalig blijven.

Door de sterke groei van de steden neemt de vraag naar toeristische activiteit op het platteland verder toe, zie ook het artikel van mijn collega Gré Beekers hierover ('Toerisme bouwsteen voor vitaal platteland, maar niet dé oplossing').

Door de ruime keuze aan goed bereikbare dorpen is het belangrijk dat een dorp in ruimtelijk opzicht onderscheidend is. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn door de aanwezigheid van fraaie natuur en cultuurhistorie in en nabij de kern, maar er kan ook gedacht worden aan leuke evenementen of de nabijheid van enkele grote toeristische trekkers.

Door het in kaart brengen van verschillende ruimtelijke indicatoren kan meer te weten worden gekomen of een omgeving genoeg toeristische potentie heeft. Het is immers het ruimtelijke totaalplaatje dat potentiële bezoekers motiveert voor een bepaalde plek te kiezen. Door een kern te vergelijken met andere kernen in de regio wordt duidelijk in hoeverre de omgeving onderscheidend is. Zodoende kan bepaald worden of en op welke manier het toerisme het beste bevorderd kan worden.

Het is echter minstens zo belangrijk om te weten wat het organisatorisch vermogen is van een kern. De manier waarop inwoners, ondernemers en gemeente samenwerken om een herkenbaar toeristisch product samen te stellen is vaak een goede indicator voor het succesvol toeristisch functioneren van een kern. Een basisvoorwaarde is bijvoorbeeld dat er voldoende ondernemerschap in een kern aanwezig is. Zien agrariërs kansen in het verbreden van hun verdienmodel door het aanbieden van toeristische producten? En is de lokale middenstand bereid om zich extra in te spannen om nieuwe doelgroepen aan te spreken? Zijn er voldoende vrijwilligers die het leuk vinden om een lokaal museum draaiende te houden? En is de gemeente voldoende in staat dit te faciliteren? Door middel van verschillende indicatoren kan de sociale kwaliteit en de betrokkenheid van een kern gemeten worden. Uiteindelijk zorgt een actieve samenwerking tussen verschillende belanghebbenden ervoor dat een kern naar ieders tevredenheid toeristisch geëxploiteerd kan worden.

## **Welke procesinsteek past het beste?**

Als duidelijk is dat de bevordering van het toerisme kansrijk en wenselijk is, dan dient vervolgens de vraag gesteld te worden welke procesinsteek het beste bij een kern past om dit te bewerkstelligen. In kernen met een sterke sociale cohesie is het raadzaam om inwoners inspraak te geven over de te volgen toeristische koers. Laat ze mee praten over het 'verhaal van de plek' en het DNA van de regio. Door draagvlak te creëren onder de bevolking creëer je direct de beste ambassadeurs! Gezamenlijk kan dan gestreefd worden naar een breed gedragen samengesteld toeristisch product, liefst een product dat logisch voortvloeit uit het verleden van een plek.

## Modelmatige aanpak voor een vitaal en toeristisch aantrekkelijk platteland

Dit gaat niet alleen versnippering van het aanbod tegen, maar vaak vinden mensen het ook leuk om hier actief aan bij te dragen. Het 'Drakendorp' Beesel is hier een goed voorbeeld van: de eeuwenlange traditie van het 'drakensteken' is een belangrijke verhaallijn van het dorp. De publieke ruimte en veel huizen van inwoners zijn gedecoreerd met elementen uit deze verhaallijn. Dit komt zowel de woon- als de toeristische kwaliteit van het dorp ten goede.

In andere gevallen is het toeristisch functioneren van een kern vooral afhankelijk van goed ondernemerschap. In de meeste gevallen gaat het dan om footloose bedrijven die relatief onafhankelijk van de omgeving functioneren. Pretparken en indoor speelparadijzen zijn hier voorbeelden van. In deze kernen zou de gemeente kunnen proberen om dit type ondernemerschap te faciliteren. Zodoende kan toerisme alsnog een (beperkte) bijdrage leveren aan bijvoorbeeld de lokale werkgelegenheid en de profilering van de regio.



### Wilt u meer weten over dit onderwerp?

Neem dan gerust contact op met Joost Gieling  
j.gieling@zka.nl of op telefoonnummer  
06 8687 5825.