

Aan:
mevrouw H.R. Siertsema en
de heer J.A. van Dalen

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, 16 december 2015

Ons kenmerk 51/3.15/2015005085

Behandeld door mevrouw K. Tap (0592) 36 54 33 en mevrouw I. Philips
(0592) 36 53 86

Onderwerp: Beantwoording vragen ex artikel 41 Reglement van orde inzake daling
aantal toeristen dat de provincie Drenthe bezoekt en aanvullende vragen over toe-
risme en marketing

Geachte mevrouw Siertsema en heer Van Dalen,

In uw brief d.d. 23 november 2015 hebt u naar aanleiding van het Trendrapport toe-
risme, recreatie en vrije tijd van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) een
aantal vragen gesteld over de daling van het aantal toeristen in Drenthe.

In uw brief d.d. 7 december 2015 hebt u aanvullende vragen gesteld naar aanleiding
van recente cijfers van het NBTC/NIPO. Uw vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1

Bent u bekend met het bovengenoemde Trendrapport?

Antwoord 1

Ja, daar zijn wij mee bekend.

Vraag 2

Onderschrijft u de in het artikel door de ondernemers gesuggereerde oorzaken van
het wegblijven van binnenlandse toeristen? Zo nee, waarom niet?



Antwoord 2

Ja, wij herkennen de door de ondernemers gesuggereerde oorzaken. Wij delen de conclusie dat een oplossing ligt in het gezamenlijk optrekken en het nog beter over het voetlicht brengen van het moois dat Drenthe heeft te bieden.

Vraag 3 en vraag 5

Wat is uw analyse van deze afname van het binnenlands toerisme in Drenthe?
Wat gaat u anders doen om te zorgen dat het aantal binnenlandse toeristen weer stijgt.

Antwoord 3 en antwoord 5

Deze cijfers over 2014 hebben ons verrast; deels worden die door de sector ook niet herkend. Het rapport laat zien dat de concurrentie binnen de Nederlandse vakantiemarkt steeds groter wordt. De keuze voor de veeleisende consument is groter geworden.

Wij hebben de ambitie om Vrijtijdseconomie/Fietsprovincie nummer 1 te worden en willen extra investeren in het aantrekkelijker maken van Drenthe. Enerzijds door het versterken en beter benutten van de bestaande voorzieningen en anderzijds door een aantal extra impulsen en verbindingen, de zogenaamde plus, te faciliteren en organiseren. Ons motto is: meer en beter, met naast rust en ruimte ook aandacht voor beleving en dynamiek. De gast zal daarbij centraal staan. Samen met gemeenten, bedrijfsleven en Marketing Drenthe gaan we aan de slag.

Vraag 4

Is er volgens u een relatie met het gevoerde marketing beleid? Zo ja, welke; zo nee, waarom niet?

Antwoord 4

Mede dankzij de inzet van Marketing Drenthe is het imago van Drenthe de afgelopen jaren positiever geworden. Dit leidt niet automatisch tot meer bezoek. Het aanbod van voorzieningen en activiteiten speelt daarbij ook een grote rol en daarbij is vooral de sector zelf aan zet. Beïnvloeding van het keuzeproces/gedrag van de toerist is een complex proces.

Uw aanvullende vragen naar aanleiding van recente cijfers van NBTC/NIPO, waaruit een lichte toename blijkt van toerismecijfers in 2015 ten opzichte van 2014, beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1

Doet Drenthe het nú beter dan gemiddeld en ten opzichte van omliggende provincies? Zo nee, wat is de reden; zo ja, door welke acties en wat kan vanuit de provincie verder worden gedaan om hier meer dan gemiddeld van te profiteren?

Antwoord 1

De voorlopige uitkomsten van het Continu Vakantie Onderzoek 2015 laten zien dat Drenthe weer in de plus zit. Het aantal toeristen en vakanties stijgt en is bijna weer op het niveau van 2013. De bestedingen zijn zelfs in absolute zin gestegen.

De ontwikkeling over de afgelopen tien jaar is in Drenthe – met uitzondering van 2014 – beter dan gemiddeld in Nederland. Drenthe scoort qua aantal vakanties ook beter dan de omringende provincies: Groningen, Fryslân, Overijssel en Flevoland, alhoewel Overijssel Drenthe wel dicht nadert. Het aantal vakanties heeft zich in 2015 wel aardig hersteld, maar ondanks de toename van het aantal overnachtingen, overnacht men minder in Drenthe dan in de topjaren. Dit komt doordat de gemiddelde verblijfsduur is afgenomen en nu vergelijkbaar is met het gemiddelde voor Nederland.

Wij gaan samen met de sector (ondernemers en brancheorganisaties) in gesprek, om de analyse te delen, een verklaring te zoeken voor de 'dip' in 2014 en om input te krijgen voor ons beleid om de Drentse vrijetijdseconomie in de komende collegeperiode te versterken. Wij zullen Provinciale Staten hier ook bij betrekken.

Vraag 2

Vindt GS de huidige marketing voor Drenthe voldoende effectief? Zo ja, waar blijkt dat uit? Zo nee, wat is GS van plan om dit te verbeteren en op welke termijn?

Antwoord 2

Ja, Marketing Drenthe voert effectief campagne.

Vanuit onze ambitie willen wij wel de marketinginspanningen op het terrein van vrijetijdseconomie en fietsen intensiveren. Zie ook de beantwoording van de vragen 3, 4 en 5.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, secretaris

, voorzitter

