

Aan:
de voorzitter en leden van
provinciale staten van Drenthe

Assen, 16 december 2004
Ons kenmerk 50/5.3/2004011849
Behandeld door de heer R. Haverkate (0592) 36 53 19
Onderwerp: Evaluatie Toerdata noord 2001-2004 en hoe verder?

Geachte voorzitter/leden,

In 2001 hebben de drie noordelijke provincies, het Noord-Nederlands Bureau voor Toerisme (NNBT) en het Instituut Service Management (ISM) een samenwerkingsverband afgesloten. Voor de periode 2001-2004 zou het ISM de vraag- en aanbodzijde van de toeristische markt in kaart brengen. Ondanks het faillissement van het NNBT zijn het ISM en de drie noordelijke provincies erin geslaagd de werkzaamheden voor de gehele periode naar tevredenheid af te ronden. Tijdens de afhandeling van dit faillissement hebben uw staten onder andere de wens geuit dat Toerdata noord geëvalueerd zou worden. Wij hebben dat toegezegd.

Hierbij doen wij u de evaluatie van Toerdata noord 2001-2004 toekomen. Tevens willen wij u door middel van deze brief informeren over de wijze hoe wij de komende jaren verder willen gaan met het onderwerp-Basisonderzoek en toerisme.

Wij hebben besloten in te stemmen met een continuering van Toerdata noord voor de periode 2005-2007. Dit overigens onder het voorbehoud dat de provincies Groningen en Fryslân ook onder gelijke condities zullen participeren. De evaluatie heeft uitgewezen dat er bij alle betrokken marktpartijen behoefte is aan deze vorm van informatievoorziening. Wel hebben wij besloten de frequentie van het consumentenonderzoek terug te brengen van twee- naar driejaarlijks.

Het ISM zal opnieuw de uitvoering van Toerdata noord voor haar rekening nemen. Het ISM heeft in de loop van de jaren een grondige expertise opgebouwd en haar kennis van de regionale markt verder versterkt. Wij hechten er vanuit continuïteitsperspectief daarom waarde aan dat de uitvoering bij deze partij blijft. Zeker ook belangrijk is de

overweging dat commerciële marktpartijen dezelfde activiteiten alleen tegen beduidend hogere kosten kunnen uitvoeren.

Het vorenstaande reflecteert onze handelwijze. Onlangs hebben het Groningse en het Friese college van gedeputeerde staten ook ingestemd met deze opzet. Met andere woorden: de drie noordelijke provincies zullen als gezamenlijke opdrachtgevers van Toerdata noord 2005-2007 optreden.

Voor een goed presterende toeristische sector is goed zicht in de ontwikkelingen op het gebied van vraag en aanbod onontbeerlijk. Wij zijn ervan overtuigd dat wij de komende jaren met deze aanpak een belangrijke bijdrage aan deze informatievoorziening zullen leveren.

Hoogachtend,

gedeputeerde staten van Drenthe,

, secretaris

, voorzitter

Bijlage(n):
wa/coll.

EVALUATIE TOERDATA
NOORD 2001-2004



PROVINCIE DRENTHE

EVALUATIE TOERDATA NOORD 2001-2004

December 2004

INHOUD

1.	INLEIDING	5
2.	EVALUATIE TOERDATA NOORD 2001-2004	9
2.1.	Kwaliteit van de Toerdata noord-producten	9
2.2.	Gebruik van Toerdata noord-producten	10
2.3.	Frequentie van verschijning	11
2.4.	Alternatieven/andere initiatieven	11
3.	HOE VERDER?	13
	AFKORTINGENWIJZER	15

1. INLEIDING

Geschiedenis

In 1996 is het project Toerdata noord opgestart, gericht op de verzameling, beheer, analyse en publicatie van toeristische gegevens op noordelijke schaal. Dit onder meer omdat de regionale gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)/het Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme (NRIT) van onvoldoende kwaliteit bleken te zijn.

Na een aanlooperperiode van enkele jaren zijn de drie noordelijke provincies en het toenmalige Noord-Nederlands Bureau voor Toerisme (NNBT) in 2001 een vierjarige verbintenis met het Instituut Service Management aangegaan voor de uitvoering van Toerdata noord. Deze verbintenis loopt dit jaar ten einde. Om onze toekomstige inzet te bepalen op het gebied van basisinformatie, is Toerdata Noord aan een interne evaluatie onderworpen. Dit ook conform een toezegging van gedeputeerde staten (GS) aan provinciale staten. De voorliggende notitie bevat het resultaat van deze evaluatie en doet een voorstel voor de jaren 2005 en volgende. Voordat de evaluatie wordt uitgewerkt, wordt ter toelichting eerst kort ingegaan op de vraag wat Toerdata noord behelst, waarom de daaronder vallende studies worden verricht en voor wie Toerdata noord wordt uitgevoerd.

Wat is Toerdata noord?

Toerdata Noord is een noordelijk samenwerkingsproject gericht op het in kaart brengen van de ontwikkelingen in de toeristische en recreatieve markt. Daarbij valt het uiteen in twee delen.

- De aanbodzijde
Jaarlijks wordt het toeristisch bedrijfsleven door middel van een enquête benaderd. Resultaat van deze exercitie is dat op een laag ruimtelijk schaalniveau (twaalf toeristengebieden in Noord-Nederland) betrouwbaar inzicht wordt gekregen in capaciteit, gerealiseerde overnachtingen en bezettingsgraden. Daarnaast worden de bezoekersaantallen van ruim tweehonderd vijftig noordelijke dagattracties en evenementen in kaart gebracht. Op macroniveau wordt tevens aandacht besteed aan het economisch belang van de sector. Daartoe worden de toeristische bestedingen en de werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector gekwantificeerd.
- De vraagzijde
Eén keer per twee jaar wordt een nauwgezet consumentenonderzoek gehouden. Via een grootschalige enquête onder toeristen wordt inzicht verkregen in motieven, activiteiten, waardering van bezochte regio/accommodatie, gemiddelde bestedingen, verbeterpunten etc. Uiteraard worden daarnaast allerlei kenmerken van de respondent (leeftijd, gezinssamenstelling, herkomst etc.) in kaart gebracht, zodat voor beleidsdoeleinden een gerichte doelgroepenanalyse verricht kan worden. Ook deze studie levert betrouwbare uitspraken op laag ruimtelijk schaalniveau.

Waarom Toerdata noord?

Waarom is in 1996 besloten om een start te maken met Toerdata noord? Waarvoor wordt de verkregen informatie gebruikt? Op hoofdlijnen gaat het om de volgende doeleinden.

- **Beleid**

Bij de voorbereiding en advisering van het beleid is het noodzakelijk blijvend te kunnen beschikken over een consistente set van basisgegevens en onderzoeksmateriaal. In de loop van de jaren is er in het kader van Toerdata noord een dergelijke consistente set opgebouwd. In eerste instantie wordt uiteraard gedacht aan toeristisch beleid, maar ook andere beleidsvormen zijn hierbij gebaat (denk bijvoorbeeld aan herziening Provinciaal omgevingsplan).

- **Monitoring**

In toenemende mate wordt aandacht geschonken aan monitoring. Niet alleen op provinciaal niveau, maar ook binnen het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN) valt een toenemende informatiebehoefte te constateren. Toerdata noord-gegevens worden dan ook gebruikt ter toetsing van Kompas-projecten. In Kompas op koers wordt in relatie tot toerisme gesteld dat beschikt moet worden over een systeem van voortdurende marktanalyse. Toerdata noord functioneert nu als zodanig.

- **Promotie en marketing**

Voor een gericht promotie- en marketingbeleid is uiteraard inzicht in de markt noodzakelijk. Het consumentenonderzoek geeft een goed beeld van behoeften en beoordeling van de noordelijke toerist. Toerisme in cijfers geeft een indicatie van de markttuitwerking hiervan.

- **Benchmarking**

Bedrijven hebben de behoefte om hun eigen prestaties naast een meetlat te kunnen leggen. Hetzelfde geldt ook voor regio's. Om dit te kunnen beoordelen is een goede referentiemaatstaf gewenst. Toerdata noord biedt een basis hiervoor.

Voor wie?

Feitelijk is met het voorgaande al een indicatie gegeven van de doelgroepen die gebruik (kunnen) maken van de Toerdata noord-gegevens. Uiteraard zijn er de provinciale beleidsmedewerkers die de informatie aanwenden voor het te ontwikkelen beleid. Toerdata noord bevat daarnaast relevante informatie/kengetallen voor de onderbouwing van (economische facetten) van projectaanvragen geput uit Toerdata noord. Dit bijvoorbeeld in het kader van Kompas, LEADER, en ons eigen krediet Toerisme en recreatie. Ook de lokale overheden maken gebruik van de Toerdata noord-studies, vooral voor de onderbouwing van het door hen te voeren beleid. Niet alleen voor overheden, maar ook voor intermediaire organisaties bestaat er de mogelijkheid om informatie te verkrijgen uit de Toerdata noord-dossiers. Ten slotte bieden de bronnen ook mogelijkheden voor het bedrijfsleven zelf. De mate waarin de diverse partijen gebruikmaken van de Toerdata noord-producten komen in de evaluatie aan de orde.

De Toerdata noord-publicaties verschaffen niet alleen directe informatie aan de bovenstaande doelgroepen, maar leveren ook input voor andere studies. Zo is bijvoorbeeld de in 2002 verschenen studie van het Nederlands Economisch Instituut (NEI)/Ecorys "Toerisme in Drenthe: meer dan plezier alleen" voor een belangrijk deel gebaseerd op resultaten van Toerdata noord (bijvoorbeeld het aantal overnachtingen, de bestedingen per toerist etc). Echter niet alleen voor deze studie, maar ook voor economische effectenrapportages wordt de onderbouwing gebaseerd op gegevens uit Toerdata noord (denk bijvoorbeeld aan economische effectenrapporta-

ges voor Cultureel Kwartier aan de Vaart in Assen of voor Veenhuizen). Hiermee is een belangrijk nevenaspect van Toerdata noord benoemd: zonder deze publicaties zou voor de economische onderbouwing van dit soort projecten uit andere bronnen geput moeten worden. De uitkomsten van dit soort studies zouden in een dergelijk geval met veel grotere onzekerheidsmarges omgeven zijn.

Vraagstelling

Uiteraard komt bij een evaluatie van Toerdata noord de vraag naar de kwaliteit van de geleverde producten uitgebreid aan bod. De voorliggende evaluatie beperkt zich echter niet tot een uitspraak hierover, maar kent een bredere invalshoek. De volgende vraagstellingen komen aan bod.

- Welke ontwikkeling heeft Toerdata noord kwalitatief doorgemaakt?
- In hoeverre voldoen de producten binnen Toerdata noord aan de gevoelde behoefte bij de relevante partijen?
- Welke alternatieven zijn er momenteel voor Toerdata noord of zullen er naar verwachting eventueel komen?

Op basis van de beantwoording van deze vraagstellingen zal aan GS een advies worden voorgelegd hoe verder te gaan de komende jaren.

2. EVALUATIE TOERDATA NOORD 2001-2004

De evaluatie is gebaseerd op een aantal vraaggesprekken en persoonlijke ervaringen. Er is gesproken met de belangrijkste partners binnen het veld, te weten de provinciale medewerkers, de lokale overheden (in de vorm van het recreatieschap), intermediaire organisaties (in de vorm van de Vereniging van recreatie-ondernemers Nederland, Koninklijke Horeca Nederland, de Stichting VVV) en het Noorder Dierenpark Zoo als belangrijkste vertegenwoordiger van het bedrijfsleven.

2.1. Kwaliteit van de Toerdata noord-producten

De partijen hebben in het algemeen een positief beeld ten opzichte van de Toerdata noord-producten. De onderbouwing van hun mening is overigens wel sterk afhankelijk van de mate van gebruik van de publicaties. Er is sprake van een verschuiving in beeldvorming in gunstige zin. Bij aanvang van de huidige contractperiode (2001) waren de geluiden van de marktpartijen in het algemeen minder positief.

Tijdens de periode 2001-2004 hebben zich inderdaad een aantal kwalitatieve verbeteringen voorgedaan die uiteindelijk ook tot een beter imago van Toerdata noord geleid hebben. De belangrijkste verbeteringen zijn als volgt.

	Toerisme in cijfers	Consumentenonderzoek
Methodiek/ respons	<ul style="list-style-type: none"> - De respons is bepalend voor de kwaliteit en betrouwbaarheid van de uitspraken in Toerisme in cijfers. Door middel van een intensievere benaderingswijze is de uitvoerder erin geslaagd deze respons fors op te hogen. Vier jaar geleden lag de respons onder de 40%, nu ligt dit rond de 60%. Met name voor kleinere regio's en/of specifieke segmenten kunnen nu uitspraken gedaan worden die vier jaar geleden nog niet mogelijk waren. - De hogere respons maakte ook een nieuwe, meer betrouwbare methodiek voor de berekening van de bezettingsgraden mogelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voor het Consumentenonderzoek is een andere werkwijze gevolgd om respons binnen te halen. Voorheen werden in te vullen enquêtes achtergelaten bij de beheerders van overnachtingsaccommodaties, attractieparken en dergelijke met het verzoek aan hen om deze te overhandigen aan toeristen/bezoekers. Dit resulteerde in een jaarlijkse respons van 1.000 tot 1.500 enquêtes. Nu wordt door de uitvoerder zelf actief geënquêteerd op diverse locaties en op verschillende tijdstippen binnen het Noorden. Het gevolg is dat de respons meer dan verdubbeld is en nu rond de 3.000 ligt. Uiteraard leidt dit tot grotere betrouwbaarheid van de uitkomsten.

	Toerisme in cijfers	Consumentenonderzoek
Nieuwe onderwerpen	<ul style="list-style-type: none"> - Bezoekersaantallen van evenementen. - Macro-omvang toeristische bestedingen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Onderscheid dag- en verblijfstoeristen. - Onderscheid voor-, hoofd- en naseizoenen.
Algemeen	<p>Naast deze methodische en inhoudelijke verbeteringen heeft er ook een cosmetische slag plaatsgevonden. Aanpassing van de lay-out en een andere redactie hebben geresulteerd in publicaties die toegankelijker zijn geworden en professioneler ogen en mede daardoor meer draagvlak creëren.</p>	

Naast dit positieve beeld is er ook een duidelijke kanttekening geplaatst. Met name vanuit de kant van het bedrijfsleven zijn de resultaten minder bruikbaar, omdat ze niet actueel genoeg zijn. Hierbij wordt dan met name bedoeld op Toerisme in cijfers. Dit is echter inherent aan het doel van de publicatie. Toerisme in cijfers beoogt verslag te doen van de resultaten over een geheel jaar. Dit impliceert dat pas een start met de werkzaamheden gemaakt kan worden na beëindiging van het jaar. Een integrale benadering van het gehele noordelijke toeristische bedrijfsleven, gekoppeld aan een hoge nagestreefde respons, leggen een aantal beperkingen op. Verzameling, analyse en verwerking van de gegevens en de vastlegging in een rapportage vergt een dusdanig tijdsbeslag dat dit pas afgerond is na beëindiging van het hoofdseizoen van het daaropvolgende jaar.

Voor ondernemers is dit feitelijk te laat. De ondernemer heeft vooral behoefte aan recente informatie die het mogelijk maakt om zijn eigen resultaten te kunnen vergelijken met de directe concurrenten. Uiteraard een legitieme behoefte die echter een andere vorm van onderzoek vereist op een "day-to-day"-basis. Werken met een panel zou wellicht een optie kunnen zijn.

2.2. Gebruik van Toerdata noord-producten

Uit de gevoerde gesprekken is gebleken dat met name de provinciale en lokale overheden goed gebruikmaken van de Toerdata noord-gegevens. Beide bronnen geven voor de beleidsvorming een goed inzicht in ontwikkelingen op gebied van vraag en aanbod binnen het toerisme. Doordat de Toerdata noord-gegevens ook een belangrijke input vormen voor de studie naar het economisch belang van de sector voor de Drentse gemeenten¹, levert Toerdata noord ook in indirecte zin meerwaarde. In die zin is door de gesprekspartners opgemerkt dat beide studies onderling gerelateerd zijn.

Ook de intermediaire organisaties hebben aangegeven gebruik te maken van de producten. De uit de studies voortkomende data vormen veelal de basis voor de onderbouwing van projectaanvragen.

Mede als gevolg van de lage organisatiegraad binnen de toeristische sector is er geen goed zicht op de vraag in hoeverre het bedrijfsleven zelf gebruikmaakt van de gegevens. De indruk bestaat dat dit gebruik beperkt is. Dit komt onder andere vanwege het al benoemde feit dat de gegevens voor de ondernemers soms niet actueel genoeg zijn. Daarnaast is er het gevoel dat een substantieel deel van het bedrijfsleven niet of nauwelijks bekend is met de Toerdata noord-producten.

¹ NEI (Ecorys), Toerisme in Drenthe: meer dan plezier alleen, 2002

Wel is gebleken dat het bedrijfsleven informatiebehoefte kent die niet door Toerdata noord gedekt worden. Het gaat dan bijvoorbeeld om effectmetingen van bepaalde initiatieven (bijvoorbeeld wervingscampagnes), naamsbekendheidmetingen en de vraag waarom toeristen op voorhand voor andere gebieden dan Drenthe kiezen (concurrentieanalyse). Een voor de hand liggende en ook behoefte, maar het zijn wel vragen die buiten het basisonderzoek vallen zoals uitgewerkt in het provinciale kader voor toerisme. Het zijn onderzoeken met zeer specifieke vraagstellingen.

2.3. Frequentie van verschijning

Toerisme in cijfers verschijnt jaarlijks, het Consumentenonderzoek tweejaarlijks. In 2004 zou het Consumentenonderzoek weer verschijnen, maar vanwege het faillissement van het NNBT en het daardoor ontstane gat in de financiering hebben de provincies en de uitvoerder in gezamenlijk overleg besloten hiervan af te zien. Uit continuïteitsoverwegingen en het afleiden van trendmatige ontwikkelingen is een jaarlijkse verschijning van Toerisme in cijfers noodzakelijk.

Voor het Consumentenonderzoek is een jaarlijkse verschijning niet vereist. Bij een analyse van de in het verleden verrichte consumentenonderzoeken komt naar voren dat er geen forse jaarlijkse fluctuaties zijn waar het gaat om motieven, waarderingen, informatiebronnen etc., maar dat verschuivingen hierin veeleer geleidelijk verlopen. Zelfs een verschijning op driejaarlijkse basis in plaats van tweejaarlijks wordt in het algemeen door de meeste gesprekspartners als acceptabel ervaren. Dat wordt dan ook de inzet van het vervolg.

2.4. Alternatieven/andere initiatieven

Met een zekere regelmaat komt de vraag naar voren wat de meerwaarde is van Toerdata noord-cijfers ten opzichte van diverse bronnen die nationaal verzameld worden. In feite gaat het dan vooral om gezamenlijke data van het CBS, het NRIT en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Deze studies brengen inderdaad delen van de vraag- en aanbodzijde in kaart. Toch zijn er duidelijke verschillen die in het voordeel van Toerdata noord wijzen.

- Het CBS/NRIT hanteert bij de aanbodzijde duidelijke ondergrenzen. Dat wil zeggen dat in tegenstelling tot bij Toerdata noord bij het CBS/NRIT de kleinere accommodaties niet worden meegenomen in hun studies. Nodeloos te zeggen dat juist deze categorie voor Drenthe (en overig Noorden) van bovengemiddeld belang is en dus sterk onderbelicht blijft in CBS/NRIT-materiaal. Het gedetailleerde overzicht van bezoekersaantallen van dagattracties kunnen deze partijen ook niet leveren. Het NBTC houdt zich met het laatste wel bezig, maar beperkt zich tot de grote(re) attractieparken.
- Voor de vraagzijde geldt dat het CBS/NRIT slechts een fractie van het aantal toeristen in het Noorden enquêteert dat ISM pleegt te doen. Consequentie hiervan is dat het CBS/NRIT hoofdzakelijk betrouwbare uitspraken kan doen op algemeen niveau, terwijl Toerdata noord ook mogelijkheden biedt tot betrouwbare uitspraken voor diverse uitsplitsingen (denk aan deelregio's, onderscheid verblijf- en dagtoeristen en onderscheid naar voor-, hoofd- en naseizoen, etc).
- Toerdata noord wordt soms in één adem genoemd met de in 2002 opgestelde notitie van NEI/Ecorys naar het belang van het toerisme in Drenthe. Deze studie is in 2002 uitgevoerd met als hoofddoel om het belang van de sector in kaart te brengen. Dit wordt gekwantificeerd in termen van bestedingen, toegevoegde waarde en werkgelegenheid. Ten opzichte van Toerdata noord zijn enkele opmerkingen te plaatsen.

- De NEI-studie doet geen uitspraken over capaciteit, overnachtingen, bezettingsgraden, bezoekersaantallen en degelijke. De toegevoegde waarde van de NEI-studie ten opzichte van Toerdata noord ligt vooral in het feit dat het NEI erin geslaagd is een vertaalslag naar gemeentelijk schaalniveau te maken. Mede daardoor heeft de studie een belangrijke functie gehad voor de profilering van de sector ten tijden van de discussie rond de herziening van POP.
- Het NEI heeft haar berekeningen voor de Drentse totalen grotendeels gebaseerd op Toerdata noord-gegevens. Met andere woorden: de NEI-studie is geen vervanger voor Toerdata noord, maar leunt juist in sterke mate op Toerdata noord.
- De andere component van Toerdata noord (de vraagzijde oftewel het consumentenonderzoek) komt in de NEI-studie geheel niet aan bod.

Samenvattend: de meerwaarde van Toerdata noord ligt dus duidelijk in de veelzijdigheid van de informatie, de dekking van de gehele sector, de uniformiteit van de uitkomsten voor de drie noordelijke provincies en de betrouwbaarheid van de gegevens. Geen van de bestaande bronnen kan als alternatief dienen.

De VVV Drenthe Plus is van plan om binnen afzienbare tijd een systeem te ontwikkelen waarmee informatie van consumenten kan worden verkregen. Dit Customer Relation Management (CRM)-systeem maakt gebruik van een eenvoudige website. In hoofdlijnen gaat het om het vaststellen van klantenprofielen. Zo kan met toepassing van nieuwe technologieën de "zoektocht" van de consument, voorafgaand aan een boeking, geregistreerd worden. De ondernemer ziet daarmee niet alleen de boeking, maar ook de afwegingen van de consument. De VVV kan dit in het groot doen voor alle geïnteresseerde aanbieders. Dit kan eventueel in combinatie met een "Loyalty-systeem". Door middel van een pasjessysteem kunnen toeristen bepaalde voordelen verkrijgen (het airmiles-concept).

Bij een succesvolle uitvoering levert dit zeer actuele informatie op over de klant, waarmee een deel van de specifieke informatiebehoefte van het bedrijfsleven ingevuld wordt. Daarmee zou het op termijn een alternatief voor (een deel van) het consumentenonderzoek kunnen vormen. Naar verwachting zal het nog wel enige tijd duren voordat het systeem operationeel is. Daarnaast is ook nog niet duidelijk of het initiatief zal aanslaan. Dit is namelijk zeer sterk afhankelijk van de bereidheid van ondernemers om te participeren (dat wil zeggen ook financieel bij te dragen) en de bereidheid van de consument om in het loyalty-concept te stappen.

3. HOE VERDER?

Uit de evaluatie komt een positief beeld naar voren ten aanzien van de kwaliteit van de Toerdata noord-producten. Daarnaast blijkt dat met name de overheden en in minder sterke mate de intermediaire organisaties gebruikmaken van de uitkomsten, zowel voor beleidsontwikkeling als voor de onderbouwing van projectaanvragen. Een andere partij, het bedrijfsleven, lijkt minder gebruik te maken van de Toerdata noord-resultaten. De uitkomsten van Toerdata noord worden tot slot ook veelvuldig gebruikt als input voor andere studies (economische effecten metingen en haalbaarheidsanalyses).

Er bestaat dus een duidelijke behoefte aan deze vorm van basisonderzoek. Dit sluit overigens de specifieke onderzoeksbehoeften van het bedrijfsleven niet uit. In het laatste geval gaat het echter om andere vormen van onderzoek (monitor op een "day-to-day"-basis, effectmetingen en concurrentie-analyses) met andersoortige informatie. Het voorstel luidt dan ook om op hoofdlijnen het basisonderzoek in de huidige vorm te handhaven. Daarbij zou de frequentie van het consumentenonderzoek teruggebracht kunnen worden van tweejaarlijks naar driejaarlijks.

Voor de organisatievorm geldt dat de evaluatie heeft laten zien dat de samenwerking tussen de drie provincies goed verlopen is. Daarnaast levert de samenwerking vanuit SNN-optiek duidelijke meerwaarde op en pakt ze ook nog eens financieel gunstig uit (vanwege schaalvoordelen). De betrokkenheid van het NNBT als vierde partner is om bekende redenen beëindigd. Daar nauwelijks nadelen te benoemen zijn aan deze vorm van noordelijke samenwerking is het voorstel om ook de komende jaren gezamenlijk op te treden als opdrachtgevers. Daarbij zou het een goede zaak zijn als het bedrijfsleven nauwer betrokken wordt bij Toerdata noord. Dit is dan ook een gezamenlijk aandachtspunt.

Op basis van continuïteitsoverwegingen wordt aanbevolen om weer een meerjarig contract aan te gaan. Hierbij wordt gedacht aan een driejarige periode, 2005-2007. Zo kan het nieuw te vormen college van GS zich snel buigen over een eventueel vervolg. Daarnaast wordt op deze manier ook een praktische aansluiting verkregen bij de nieuwe frequentie van het consumentenonderzoek. Eind 2007 is tevens een gunstig tijdstip om te beoordelen of het CRM-systeem een succesformule is geworden en wat dit dan betekent voor een eventueel vervolg van Toerdata noord.

Bij de vraag wie de uitvoering voor de periode 2005-2007 voor zijn rekening moet nemen, wordt een voorkeur uitgesproken voor de huidige uitvoerder ISM. ISM heeft in de loop der jaren door middel van Toerdata noord een uitgebreide expertise opgebouwd en heeft ook een grondige kennis van de regio gekregen.

Verder heeft ISM sinds de start van het project zelf geïnvesteerd in de ontwikkeling van de onderzoeksmethodiek en programmatuur van de database, waarvan het ISM de eigenaar is. Indien de uitvoering van het project nu aan een andere partij zou worden gegund, zou een substantieel risico op trendbreuk in de cijferreeksen ontstaan waardoor de historische vergelijkbaarheid van de cijfers onder druk komt te staan. Om dit te voorkomen zou die andere partij van het ISM de programmatuur van Toerdata noord moeten kopen, wat sterk kostenverhogend zou gaan werken. Het wordt daarom onwenselijk geacht dat de uitvoering bij een andere partij komt te liggen.

Vanuit financiële overwegingen is uitvoering door ISM eveneens gewenst. Het gaat om zeer arbeidsintensieve activiteiten (het benaderen van grote aantallen toeristen én ondernemers). ISM maakt hierbij gebruik van de inzet van studenten gelieerd aan de Christelijke Hogeschool Noord-Nederland. Dit drukt de kostprijs aanzienlijk. Daarnaast is ISM bereid ook een bepaald deel van de kosten (zo'n 15%) voor haar eigen rekening te nemen. Dit omdat ze door middel van Toerdata noord bijdraagt aan haar eigen onderwijsdoelstelling. Met andere woorden: geen enkele commerciële marktpartij zal in staat zijn om dezelfde activiteiten toch vergelijkbare kosten te leveren. Laatste punt van overweging is dat ook bij de partners Groningen en Friesland de intentie leeft om de samenwerking met ISM te continueren.

Voor de financiering van dit onderzoek zijn reeds middelen vastgelegd in het kader van het Uitvoeringskader Toeristisch Recreatieve Projectontwikkeling. Voor de jaren 2005, 2006 en 2007 is jaarlijks € 40.000,- gereserveerd voor "onderzoek en cijfers". De jaarlijkse kosten voor Toerdata noord zullen ongeveer de helft hiervan bedragen. Zodoende blijven er middelen beschikbaar voor specifieke onderzoeksbehoeften.

wa.coll.

AFKORTINGENWIJZER

CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
NRIT	Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme
NNBT	Noord-Nederlands Bureau voor Toerisme
ISM	Instituut Service Management
GS	gedeputeerde staten
SNN	Samenwerkingsverband Noord-Nederland
NEI	Nederlands Economisch Instituut
NBTC	Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
CRM	Customer Relation Management