

Vergaderjaar 2012–2013

26 419

Toerisme en recreatie

Nr. 53

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN, LANDBOUW EN INNOVATIE

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal
Den Haag, 27 september 2012

1. Aanleiding

De gastvrijheidseconomie, ofwel toerisme en recreatie, is een economische sector van betekenis. De sector heeft een omzet van 37,3 miljard euro en telt ruim 400 000 banen. Daarmee is de gastvrijheidseconomie goed voor 4,5% van het totaal aantal banen in Nederland.¹ Daarnaast levert de sector een belangrijke bijdrage aan het vestigingsklimaat en aan de kwaliteit van leven, waardoor ons land aantrekkelijk wordt voor bedrijven, bewoners en bezoekers.

Als staatssecretaris van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie ben ik verantwoordelijk bewindspersoon en het eerste aanspreekpunt binnen het Rijk voor deze sector. Op 16 juni 2011 heb ik u, vanuit deze verantwoordelijkheid, een toelichting gestuurd op mijn beleid ten aanzien van de gastvrijheidseconomie². Dat heeft drie hoofdlijnen: het verbeteren van het ondernemingsklimaat voor de sector, het aantrekken van meer internationale bezoekers en bestedingen en de verduurzaming van de sector. In deze brief licht ik u de voortgang op dit beleid toe.

Allereerst zal ik in paragraaf 2 ingaan op recente ontwikkelingen in de gastvrijheidseconomie. Vervolgens zal ik in paragraaf 3 toelichten hoe ik werk aan een gezond ondernemersklimaat voor de sector, met name door in te zetten op de vermindering van regeldruk. In paragraaf 4 ga ik in op mijn beleid om meer internationale bezoekers en bestedingen naar Nederland te trekken, door middel van de internationale marketing en congresswerving van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Daarna geef ik in paragraaf 5 aan hoe ik werk aan de verduurzaming van de sector, bijvoorbeeld door Green Deals te stimuleren. Tot slot rond ik in paragraaf 6 af met een conclusie.

Ik zal in deze brief ingaan op de toezeggingen, die ik tijdens het Algemeen Overleg van 26 oktober 2011 (Kamerstuk 26 419, nr. 48) gedaan heb en op de aangenomen moties naar aanleiding van het Verslag Algemeen

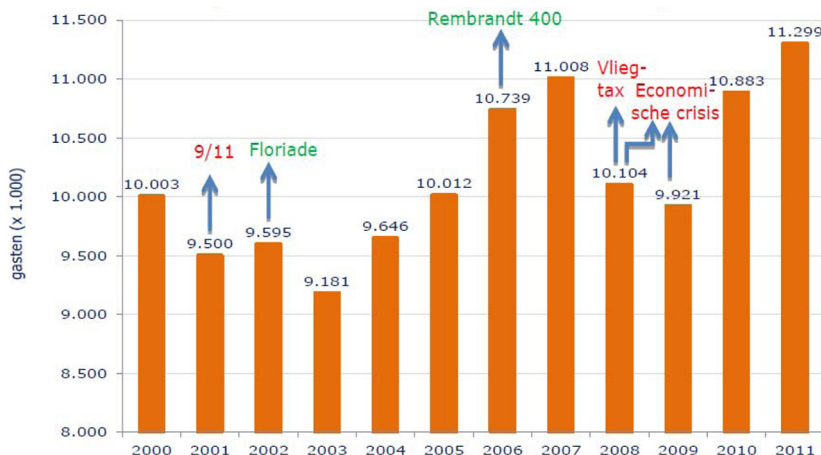
¹ Bron: Toerisme Satellietrekening 2011, CBS. Toerisme en recreatie omvat, op basis van de Satellietrekening Toerisme, de activiteiten van personen reizend naar en verblijvend op plaatsen buiten hun normale omgeving voor ontspanning, zakelijk verkeer en andere activiteiten die niet gerelateerd zijn aan activiteiten die beloofd worden vanuit de plaats die bezocht wordt.

² Tweede Kamer, vergaderjaar 2010 – 2011, 26 419, nr. 44

2. Recente ontwikkelingen gastvrijheidseconomie

Het inkomend toerisme heeft zich, na een terugslag door de economische crisis in 2008 en 2009, de afgelopen periode redelijk gunstig ontwikkeld. In 2011 bezochten 11,3 miljoen buitenlandse bezoekers ons land. Dat is een stijging van 4% ten opzichte van 2010 en daarmee een recordjaar in aankomsten, boven het niveau van voor de crisis (2007). Zie voor het overzicht van de ontwikkeling van het inkomend toerisme **grafiek 1**. De totale inkomsten vanuit het inkomend toerisme bedroegen in 2011 7,7 miljard euro.

Grafiek 1: Ontwikkeling inkomend toerisme naar Nederland (2000–2011)



Bron: CBS

Er is een aantal verklaringen te geven voor de groei van het inkomend toerisme in 2011. De belangrijkste oorzaak is een verbetering van de wereldeconomie ten opzichte van de voorgaande periode, met name in de eerste helft van 2011. De tweede helft liet als gevolg van de financiële crisis en het daarmee samenhangende dalende consumentenvertrouwen, juist weer een verslechtering zien. Een tweede verklaring is de toename van het aantal vliegverbindingen naar Schiphol en de regionale luchthavens. Een derde verklaring ligt in de groei vanuit de buurlanden België en Duitsland, mede doordat men door de huidige economische omstandigheden vaker dichterbij huis op vakantie gaat.

In de eerste vijf maanden is het aantal internationale bezoekers opnieuw gestegen, met zo'n 8% t.o.v. dezelfde periode vorig jaar. Voor heel 2012 verwacht het NBTC dat het inkomend toerisme met 4% zal groeien. Het NBTC verwacht daarmee dat het aantal inkomende bezoekers zal uitkomen op 11,7 miljoen.

3. Een gezond ondernemersklimaat voor de gastvrijheidseconomie

Om de concurrentiekracht van het bedrijfsleven te versterken, heeft het kabinet in 2011 een nieuw bedrijvenbeleid ingezet¹. Een van de hoofdlijnen van het bedrijvenbeleid is meer ruimte voor ondernemers, onder andere door vermindering van regeldruk voor alle bedrijven in Nederland. Zo kunnen ondernemers economische kansen beter benutten en daarmee economische groei, werkgelegenheid en welvaart creëren. Maatregelen variëren van de BTW-aangifte die met gebruikmaking van

¹ Kamerstukken II, 2010 – 2011, 32 637, nr. 1 en 32 637, nr. 15

Standard Business Reporting direct vanuit de administratie kan worden ingediend tot het afschaffen van de heffingen van de Kamer van Koophandel. Recent is de Tweede Kamer over de stand van zaken van het kabinetsprogramma gericht op aanpak van regeldruk geïnformeerd.¹

Naast de generieke regeldrukvermindering, werk ik aan specifieke regeldrukvermindering voor de gastvrijheidseconomie, door middel van het algemene project «Implementatie Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie», de regelluwe zone, het Ondernemingsdossier en de vertrouwensbenadering voor de horeca.

Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie

Samen met Gastvrij Nederland heb ik het project «Implementatie Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie» uitgevoerd. Binnen dit project heb ik onderzocht hoe het oplossen van 22 regeldrukknelpunten in de gastvrijheidseconomie verloopt. Uit dit project blijkt dat voor het merendeel van de knelpunten al oplossingen worden geïmplementeerd. Dit geldt bijvoorbeeld voor knelpunten op het gebied van informatie-uitwisseling (via het Ondernemingsdossier), natuurwetgeving en uniforme regels en uitvoering voor brandveiligheid van niet-bouwwerken. Voor andere knelpunten, zoals regelluwe zones en (lokaal) toezicht, is nadere actie nodig. Voor twee knelpunten zijn geen oplossingsrichtingen voorhanden, omdat de wensen van overheid en bedrijfsleven daarvoor te ver uiteen liggen².

In **tabel 1** treft u het statusoverzicht van de knelpunten³:

¹ Kamerstukken II, 2011–2012, 29 515, nr. 338.

² Dit betreft de knelpunten «Drank- en Horecawet» en «Leges». De herziening van de Drank- en Horecawet lag, tijdens de uitvoering van het onderzoek, voor aan de Eerste Kamer. Een compleet nieuwe Alcoholwet, zoals Gastvrij Nederland wenste, lag daarmee niet voor de hand. De tariefstructuur van de leges betreft de lokale autonomie van de gemeenten.

³ Eindrapportage «Implementatie Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie, Sira Consulting, mei 2012

Tabel 1: Status Knelpunten Gastvrijheidseconomie

Status knelpunten Gastvrijheidseconomie					
		Beleidsverantwoordelijk departement	Status knelpunt	Advies knelpunt	Afronding knelpunt
1.	Informatieuitwisseling ('Ondernemingsdossier')	EL&I	1	1	1e kwartaal 2017
2.	Vergunningen en meldingen gemeenten	EL&I*	2	2	n.n.b.
3.	Toezicht gemeenten	EL&I*	2	2	n.n.b.
4.	Natuurwetgeving en Natura 2000	EL&I	1	1	1e kwartaal 2013
5.	Wet ruimtelijke ordening (WRO) en bestemmingsplannen	IenM	3	3	n.n.b.
6.	Legionella en zwembaden	IenM	1	1	1e kwartaal 2014
7a.	Uniforme regels en uitvoering brandveiligheid (bouwwerken)	BZK	1	3	1e kwartaal 2014
7b.	Uniforme regels en uitvoering brandveiligheid (niet-bouwwerken)	V&J	1	1	3e kwartaal 2013
8.	Herziening Drink- en horecawet	VWS	4	4	n.v.t.
9.	Toepassing Bibob	V&J	2	3	n.n.b.
10.	Casusadoptie horeca: Leges	BZK	4	4	n.v.t.
11.	Auteursrecht	V&J en EL&I	3	3	n.n.b.
12.	Regels exploitatie 'gokkasten'	V&J	2	3	n.n.b.
13.	Kwaliteit van dienstverlening	EL&I	1	1	4e kwartaal 2012
14.	Voorlichting regelgeving	EL&I	1	1	Afgerond
15.	Schrappen verplichting uittreksel KvK bij aanvragen	EL&I	1	1	Afgerond
16.	Toestemming evenementen	EL&I	1	1	1e kwartaal 2015
17.	Eén loket	EL&I	1	1	Afgerond
18.	Brandveiligheid brandmeldinstallaties	BZK	1	1	2e kwartaal 2012
19.	Eisen bij verstoken biomassa	IenM	1	1	1e kwartaal 2013
20.	Internationale eisen bruine vloot	IenM	1	1	4e kwartaal 2013
21.	Logboek voor speeltoestellen	VWS		3	n.n.b.
22.	Regelluwe zone	EL&I*		3	n.n.b.

1 Implementatie loopt goed	1 Monitoren van de voortgang en/of aanvullende wensen
2 Actie nodig voor de implementatie	2 Overleg tussen rijksoverheid en decentrale overheid over oplossing/uitvoering
3 Actie nodig voor een alternatief	3 Overleg over mogelijke oplossingen tussen sector en rijksoverheid (bijv. in werksessies)
4 Knelpunt op dit moment niet op te lossen	4 Knelpunt op dit moment niet op te lossen

*VNG heeft een coördinerende rol voor decentrale uitvoering op gemeentelijk niveau, EL&I heeft een coördinerende rol op rijksniveau

Voor het verder oplossen van de openstaande knelpunten heb ik overeenstemming bereikt met de eerstverantwoordelijke overheden en Gastvrij Nederland. De nadere afspraken zijn vastgelegd in een brief aan Gastvrij Nederland en de Vereniging Nederlandse Gemeenten, die u als

bijlagen bij deze brief ontvangt *). Ook treft u in de bijlagen een rapport van SIRA Consulting, met een uitgebreide toelichting op de knelpunten, aan *).

Regelluwe Zone

Tijdens het Algemeen Overleg Toerisme van 26 oktober 2011 heeft de Tweede Kamer mij gevraagd om een onderzoek te starten naar de invoering van een «regelluwe zone» voor de gastvrijheidseconomie. De regelluwe zone moet een oplossing bieden voor de lange procedures, waarmee ondernemers in de gastvrijheidseconomie te maken hebben, bijvoorbeeld bij de uitbreiding van hun bedrijfsactiviteiten.

Als onderdeel van het project «Implementatie Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie», heb ik in kaart gebracht wat Gastvrij Nederland onder het begrip «regelluwe zone» verstaat. Gastvrij Nederland lijkt voorstander van procedurevrije zones, waarbij er experimenteerruimte is voor ondernemers om activiteiten uit te breiden, zonder dat daarvoor vergunningen aangevraagd hoeven te worden. Ondernemers in deze procedurevrije zones dienen zich daarbij wel aan de geldende wet- en regelgeving te houden. De eerste regelluwe zone kan volgens Gastvrij Nederland worden gekoppeld aan een krimpgebied.

De invoering van de regelluwe zone past binnen de ambitie van het kabinet om regeldruk te verminderen. Als volgende stap zal ik daarom bepalen welke aanpassingen nodig zijn in wet- en regelgeving, om de regelluwe zone in te voeren, en welke overheden daarvoor verantwoordelijk zijn. Afhankelijk van de benodigde aanpassingen, is het mijn ambitie om vanaf 2013 de eerste regelluwe zone te starten.

Ondernemingsdossier

Zoals is toegezegd tijdens het Algemeen Overleg Toerisme van 26 oktober 2011 is de Tweede Kamer in december 2011 door de minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie over de voortgang van het Ondernemingsdossier gerapporteerd in de digitale implementatie-agenda¹. Daarnaast wordt de Tweede Kamer in het kader van de voortgangsrapportages van het Programma Regeldruk Bedrijven op de hoogte gehouden.

Eind 2011 is de invoering van het Ondernemingsdossier gestart in drie branches, waaronder de horeca- en recreatiesector. 2012 staat in het teken van een verdere uitrol in deze branches. Daarnaast start de evenementensector in de tweede helft van 2012 met het Ondernemingsdossier. De komende vijf jaar zal het aantal deelnemende bedrijven aanzienlijk toenemen. De ambitie is dat in 2016 de invoering van het Ondernemingsdossier een kritische massa bereikt heeft; het is dan een onomkeerbaar proces geworden. De inschatting van het bedrijfsleven is dat deze kritische massa bereikt is met ca. 80 000 bedrijven. Het Beraad Ondernemingsdossier² heeft hiertoe in samenwerking met betrokken bedrijfsleven en overheidsorganisaties een implementatiestrategie opgesteld voor de landelijke uitrol in de komende vijf jaren.

¹ Kamerstukken II, 2011-2012, 26 643, nr. 217

² Het Beraad Ondernemingsdossier heeft als taak om op bestuurlijk niveau de invoering van het Ondernemingsdossier te stimuleren en te begeleiden en bestaat – onder voorzitterschap van mevr. Peijs – uit vertegenwoordigers van RECRON, Koninklijke Horeca Nederland, Nederlandse Rubber- en Kunststoffindustrie, Vereniging Nederlandse Gemeenten, gemeente Enschede, gemeente Rotterdam, provincie Friesland, Inspectie Leefomgeving en Transport, VNO-NCW/MKB-Nederland en EL&I.

Box 1 Het Ondernemingsdossier

Het Ondernemingsdossier is een nieuwe manier van samenwerken en informatie delen tussen ondernemingen en overheden met als doel de regeldruk te verminderen en is gebaseerd op verantwoord vertrouwen. In het Ondernemingsdossier komt alle informatie die een onderneming en de toezichhoudende of vergunningverlenende

overheden met elkaar uitwisselen samen. Het bedrijf dat de informatie in het dossier plaatst, maakt haar activiteiten inzichtelijk voor zichzelf en de verschillende overheden die zijn aangesloten op het Ondernemingsdossier. De ondernemer bepaalt welke overheden toegang hebben tot zijn dossier. Omgekeerd kunnen overheden via het dossier informatie geven, vragen stellen of de ondernemer op zijn verplichtingen wijzen. Ook het aanvragen en verstrekken van vergunningen en het doen van meldingen, kan digitaal via het dossier worden geregeld. Invoering draagt voor bedrijfsleven en overheden bij aan minder regeldruk voor betrokken bedrijven en een vermindering van de uitvoeringskosten voor betrokken overheden. Het resultaat: betere naleving van regels, vereenvoudiging van vergunningverlening en doelgerichter toezicht.

Vertrouwensbenadering Horeca

De horeca is één van de pilotsectoren in de vertrouwensbenadering. Uitgangspunt van de vertrouwensbenadering is dat bedrijven die structureel goed naleefgedrag vertonen, meer ruimte krijgen voor een eigen manier van naleving van de wettelijke normen. Om deze benadering in de praktijk te brengen zijn mogelijkheden onderzocht om, vanuit vertrouwen in de professionaliteit van ondernemers, om te gaan met de wettelijke verplichtingen. Naast de horeca, zijn er verkenningen gedaan in de chemie en het Rotterdamse haven- en industriecomplex. Het resultaat van de pilots wordt meegenomen in het advies dat de Commissie Peijs¹ in het najaar van 2012 zal uitbrengen.

4. Meer internationale bezoekers en bestedingen

Voor de periode 2012 – 2015 heb ik nieuwe afspraken gemaakt met het NBTC over de internationale marketing en congreswerving van ons land. Het NBTC ontvangt in deze periode een Rijksbijdrage van in totaal ruim 46,5 miljoen euro voor zijn activiteiten. De jaarlijkse Rijksbijdrage wordt stapsgewijs afgebouwd van 16,6 miljoen euro in 2011 naar 8,3 miljoen euro in 2015. Dit is verwerkt in de begroting van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Daarmee kom ik tegemoet aan het verzoek van de Tweede Kamer om de bezuiniging op het NBTC te beperken tot 50%.²

Streefwaarden 2012 – 2015

Met de Rijksbijdrage zal NBTC extra buitenlandse bezoekers en bestedingen naar Nederland trekken.

Het NBTC richt zich in de periode 2012 – 2015 op de volgende streefwaarden:

1. Aantal extra internationale bezoekers op basis van de NBTC marketingactiviteiten: 3,4 miljoen;
2. Extra internationale bestedingen op basis van NBTC marketingactiviteiten: 1,37 miljard euro;
3. Economische waarde bids voor de acquisitie van internationale congressen op basis van NBTC-betrokkenheid: 60 miljoen euro.

Hiervoor heeft het NBTC een nieuwe, meerjarige marketingstrategie ontwikkeld. Het NBTC zal daarnaast streven naar een cofinancieringspercentage van sectorale partijen en regionale overheden van minimaal 50% vanaf 2015. Ook zal het NBTC met zijn onderzoeksactiviteiten de marktkennis van de sector stimuleren door kennisdeling over trends en ontwikkelingen.

¹ De Commissie Vertrouwensbenadering Bedrijven, onder voorzitterschap van mevrouw Karla Peijs, onderzoekt in opdracht van de minister van EL&I de mogelijkheden om, op basis van vertrouwen in de professionaliteit van structureel goed nalevende bedrijven, de regeldruk voor die bedrijven terug te dringen.

² Kamerstuk 26 419, nr. 49

Marketingstrategie NBTC

Het NBTC heeft er voor gekozen, om zich in zijn marketingstrategie 2012 – 2015 (gebaseerd op de streefwaarden), te richten op een beperkt aantal thema's, de zogenaamde brand experiences. Uitgangspunt is dat deze brand experiences aansluiten bij de behoefte van de internationale bezoeker en het toeristisch-recreatief aanbod van Nederland. Het betreft:

- Het verhaal van Nederland: het veelzijdige en sterke Nederlandse aanbod van iconen als tulpen, molens en bekende schilders als Van Gogh
- De creatieve stad: het veelzijdige, culturele en trendy Nederlandse stadsleven
- De gevarieerde kust: het gevarieerde en familievriendelijke aanbod langs de kust
- Het gezonde buitenleven: genieten (ontspannen en actief) in een natuurlijke omgeving, zoals fietsen, wandelen, dorpen en kleine steden ontdekken, eten en drinken
- De inspirerende bijeenkomst: internationale bijeenkomsten georganiseerd door het bedrijfsleven of verenigingen

In samenwerking met partners in en om de gastvrijheidseconomie, vertaalt NBTC de brand experiences door naar concrete marketingprogramma's. Voorbeelden van marketingprogramma's zijn de Kustcampagne, ArtsHolland, de Citybreak-campagne en de Meet Mr Holland-campagne voor de zakelijke markt.

Congreswerving en topsectoren

Met betrekking tot de congreswerving heeft het NBTC met ingang van 2012 een focus aangebracht op werving van internationale congressen die een relatie hebben met één of meerdere van de negen topsectoren¹. In samenwerking met het bedrijfsleven en de regionale congresbureaus zijn onder de noemer «Holland Congres Alliantie» ruim 500 internationale congressen benoemd die in dit kader interessant zijn voor Holland. Nederlandse en internationale verenigingen die een (in)directe relatie hebben met de topsectoren worden actief benaderd. De Holland Congres Alliantie zal (potentiële) initiatiefnemers bijstaan met het opstellen van kandidaatstellingen voor Nederland. Op deze wijze verwacht het NBTC circa 63 000 extra bezoekers aan te trekken.

Evenementenjaar Holland Naturally

In 2012 organiseert het NBTC, met extra steun van EL&I, het internationale evenementjaar «Holland Naturally... featuring Floriade 2012». Daarmee zet NBTC in 2012 de «groene» aspecten van Nederland in de schijnwerpers, met wereldtuinbouwtentoonstelling Floriade in Venlo als belangrijkste evenement. Verder is er aandacht voor onze nationale parken, nationale landschappen en de belangrijkste watergebieden. Doel van dit evenementjaar is om tenminste minimaal 200 000 extra buitenlandse (verblijfs-)toeristen aan te trekken, die speciaal voor het evenement naar Nederland zijn gekomen. Belangrijk in de promotie is de website, die in het Nederlands, Duits en Engels beschikbaar is (zie www.hollandnaturally.com). Tot op heden hebben de PR-activiteiten ter promotie van Holland Naturally geleid tot circa 8,8 miljoen euro aan mediawaarde. Tot en met eind juni werden de websites door zo'n 75 000 personen bezocht. In september gaan extra online campagnes van start in België en Duitsland.

¹ Het betreft de topsectoren water, chemie, agri & food, creatieve industrie, tuinbouw en uitgangsmaterialen, life sciences & health, high tech systemen en materialen, energie en logistiek.

De Tweede Kamer heeft tijdens en naar aanleiding van het AO toerisme op 26 oktober 2011 speciale aandacht gevraagd om de watersportcampagne «Holland, waar het water je beweegt» en de samenwerking van het NBTC met het diplomatieke postennetwerk:

«Holland, waar het water je beweegt»

In 2011 is het NBTC met steun van EL&I de campagne «Holland, waar het water je beweegt» gestart. Met deze watersportcampagne brengt het NBTC het Nederlandse aanbod op het gebied van watersport in België en Duitsland onder de aandacht. De campagne heeft in 2012 al meer dan 1 miljoen euro aan mediawaarde gegenereerd. De campagne wordt mede mogelijk gemaakt door de provincies Flevoland, Zeeland en Noord-Holland en brancheorganisatie HISWA. NBTC voert momenteel gesprekken met de samenwerkingspartners over de voortzetting van de campagne in 2013.

Samenwerking NBTC met diplomatiek postennetwerk

Het NBTC werkt op verschillende gebieden nauw samen met de Agent-schap NL EVD Internationaal en het diplomatieke postennetwerk van de Rijksoverheid. Zo werkt het NBTC samen met Agentschap NL EVD Internationaal aan de voor de gastvrijheidseconomie belangrijke economische missies en ontvangsten van journalisten in Nederland. Het NBTC sloot vorig jaar bijvoorbeeld aan bij de economische missie onder leiding van de minister-president en de minister van Infrastructuur en Milieu naar Rusland.

Ook wordt goed samengewerkt tussen het NBTC en het postennetwerk van de Rijksoverheid. In de praktijk betekent dit dat regelmatig gezamenlijk invulling wordt gegeven aan activiteiten zoals persbewerking, culturele evenementen en algemene Holland-promotie. Ook stellen de ambassades faciliteiten ter beschikking aan het NBTC voor onder meer het organiseren van bijeenkomsten voor vertegenwoordigers van de pers en reisindustrie. Zo organiseerden het NBTC en het Nederlandse Consulaat-generaal in New York gezamenlijk het zogenaamde Orange Alert media-evenement ter promotie van Arts Holland en heeft het NBTC in samenwerking met de Nederlandse ambassade in China een relatie-bijeenkomst georganiseerd gericht op meetingplanners en bestuursleden van Chinese congresassociaties. Daarnaast is een aantal NBTC-vestigingen gehuisvest bij diplomatieke posten, zoals het NBTC Scandinavië bij de Nederlandse ambassade te Stockholm en het NBTC Italië bij het Consulaat-generaal te Milaan.

5. Verduurzaming van de gastvrijheidseconomie

Eén van de uitdagingen van het kabinet is de verduurzaming van de economie, waarbij groen en groei hand in hand gaan. De gastvrijheids-economie heeft baat bij de instandhouding en ontwikkeling van de natuur, het landschap en de biodiversiteit. Van de 3,42 miljard vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders per jaar, vinden er immers zo'n 841 miljoen in de natuur plaats¹. De sector kan daar zelf ook een belangrijke bijdrage aan leveren.

Green Deals

In het najaar van 2011 heeft het Rijk een Green Deal gesloten met RECRO en de Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte (STIRR). Binnen deze Green Deal is afgesproken dat vijf icoonprojecten worden

¹ Bron: NBTC-NIPO Research, CVTO, cijfers 2010 – 2011

ontwikkeld, waarbij recreatieondernemers investeren in het behoud en de ontwikkeling van natuur.

Ondernemers in de icoonprojecten investeren enerzijds in nieuwe bedrijfsactiviteiten, zoals de ontwikkeling van een wellnesscentrum, uitbreiding van een camping of de ontwikkeling van nieuwe recreatievoorzieningen. Anderzijds investeren zij ook in de aanleg, inrichting en het beheer van de natuurgebieden, in of nabij hun recreatieterrein. De projecten zorgen zo gelijktijdig voor een versterking van de lokale economie als de lokale ecologie.

De projecten zijn in juni 2012 in de vorm van aparte Green Deals vastgesteld. Deze Green Deals hebben een looptijd tot en met 2014. Het Rijk ondersteunt de uitvoering van de Green Deals door publiekprivate samenwerking te stimuleren. Daarnaast investeert het Rijk in een innovatieprogramma van de STIRR, gericht op de evaluatie van de Green Deals en kennisontwikkeling.

EDEN Award

Om duurzame toeristische bestemmingen in de schijnwerpers te zetten, doet Nederland volgend jaar weer mee aan de EDEN Award van de Europese Commissie. Met de EDEN Award wil de Commissie de aandacht vestigen op minder bekende toeristische bestemmingen, die een voorbeeld zijn voor andere lidstaten op het gebied van duurzaamheid, natuur- of cultuurbehoud. Iedere lidstaat organiseert zelf de nationale selectie voor de EDEN Award en presenteert de winnende bestemming aan de Europese Commissie. Het komend jaar staat de EDEN Award in het teken van toegankelijk toerisme. Daarbij staat de toegankelijkheid van bestemmingen voor gehandicapten, minder validen en ouderen centraal. Nederland zal in de selectie extra aandacht besteden aan de zorg van de bestemming voor natuur en biodiversiteit.

6. Tot slot

De gastvrijheidseconomie is een economische sector van betekenis, die zich ondanks de economische crisis relatief gunstig ontwikkeld. In deze brief heb ik u toegelicht hoe ik volop uitvoering geef aan mijn beleid ten aanzien van de gastvrijheidseconomie. Daarmee geef ik gerichte ondersteuning aan een gezond ondernemersklimaat, meer internationale bezoekers en bestedingen en een verduurzaming van de sector.

De staatssecretaris van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie,
H. Bleker

*) Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer