

Regionale beeldverhalen in spannende fase

Tanja Emonts
Kenniscentrum Recreatie

Op veel plekken is de laatste jaren gewerkt aan het ontwikkelen van regionale beeldverhalen en andere recreatieve gebiedsprojecten. Er is ontzettend veel bereikt. Nu moet er worden doorgepakt om van denken naar doen te komen. Dit werd duidelijk tijdens het symposium 'Vrije tijd en gebiedsontwikkeling: van visie naar praktijk', dat 21 april jl. plaatsvond. Honderdvijftig deelnemers bespraken de noodzaak tot innovatie in de vrijetijdsector en de rol die regionale beeldverhalen daarin kunnen vervullen.

Op het symposium spraken Hans Mommaas, hoogleraar Vrijetijdswetenschappen aan de UvT Tilburg, en John Jorritsma, Commissaris van de Koningin in Friesland en voorzitter van STIRR, over de ervaringen met beeldverhalen in regio's die deze uitdagende taak hebben opgepakt. Camille Oostwegel (ChateauHotels&Restaurants), Cees Slager (Molecaten) en Harry Boeschoten (Staatsbosbeheer) vertelden vanuit de praktijk hoe zij nieuwe initiatieven tot stand brengen.

REGIONALE BEELDVERHALEN, DE TUSSENBA- LANS

De vrijetijdsector is een belangrijke drager van de economie. Toerisme en recreatie genereren jaarlijks

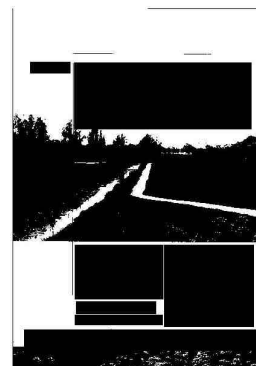
37,5 miljard euro aan bestedingen en 4,4% van de werkgelegenheid. Het gaat echter niet goed met de sector. Er is gebrek aan innovatie, het aanbod verouderd, rendementen worden steeds kleiner en er wordt onvoldoende geïnvesteerd in omgevingskwaliteit. Overheden, sectororganisaties en ondernemers kunnen via gebiedsontwikkeling de sector en de regio weer tot bloei brengen. Een middel daarvoor is het regionale beeldverhaal (zie kader voor meer achtergrondinformatie over regionale beeldverhalen). Hans Mommaas introduceerde in het VROMRaad-advies 'Groeten uit Holland' (2006) het regionale beeldverhaal als middel voor gebiedsontwikkeling. De vrijetijdsector moet hierbij de drijvende kracht zijn. Publieke en private partijen

werken samen aan een regionaal beeldverhaal, waarbij de overheid vooral een faciliterende rol speelt, aldus Mommaas. Nu, vijf jaar later, maakte Mommaas tijdens het symposium de balans op van de vorderingen die gemaakt zijn.

Zo'n vijftien tot twintig regio's gingen actief met regionale beeldverhalen aan de slag. Hieronder val-

len de vijf pilotprojecten die via het Interprovinciaal Overleg (IPO) lopen. Maar andere provincies startten ook initiatieven op. Zo is er in Drenthe het Geopark de Hondsrug, in Noord-Holland de Westfriese Omringdijk, in Utrecht de Battle on the Hills en in Zuid-Holland de Wierickerschans. Er is erg veel in beweging gezet en via verschillende aan-
vliegroutes wordt vormgegeven aan beeldverhalen.

Er is al veel bereikt, maar nu moet er worden doorgepakt. Daarvoor is het nodig dat er voortdurend kennis- en ervaringsuitwisseling plaatsvindt. De kennis van de koplopers moet worden doorgegeven aan de volgers en de koplopers zelf moeten blijven innoveren. Volgens Mommaas hebben provincies een essentiële rol als aanjager van innovaties in de vrijetijdsector waarbij ze ondernemers moeten faciliteren met kennis en met ontwikkelruimte. Provincies zijn nog zoekend hoe zij deze faciliterende rol vorm moeten geven. Het is daarom nodig dat het Rijk hen hierbij op weg helpt. Verder is het nodig dat provincies en ondernemers ervoor



zorgen dat het innovatieproces van de vrijetijdssector goed aansluit bij brede strategische agenda's. Alleen dan zullen de projecten de aandacht (en het geld!) krijgen die nodig is. Ondernemers moeten op hun beurt innovatieruimte opeisen. Een voorbeeld van een innovatieve ondernemer is Camille Oostwegel. Hij kocht een weidelandschap aan naast zijn Chateauhôtel St. Gerlach om er natuur te laten ontwikkelen door het Limburgs Landschap terwijl het vanuit financieel oogpunt aantrekkelijker is om bijvoorbeeld een golfbaan aan te leggen. Oostwegel zag in dat het voor de regio, en daarmee voor zijn onderneming, belangrijk is om te investeren in de kwaliteit van het landschap. Cees Slager van Molecaten is een andere ondernemer die duurzaamheid hoog in het vaandel heeft staan. Slager is één van de drijvende krachten van het project Waterdunen, in Zeeuws-Vlaanderen. Hij wil met Waterdunen een natuur- en recreatiegebied realiseren dat de veiligheid, economie en leefbaarheid van de regio verbetert.

PILOTPROJECTEN

Vijf regionale beeldverhalen zijn door het Inter Provinciaal Overleg (IPO) aangemerkt als pilotproject. Dit zijn: Dijk van een Delta (provincie Gelderland, Brabant, Zuid-Holland en Zeeland), Friese Meren (provincie Friesland), Parkstad Limburg (Provincie Limburg), Religieuze Schatten van Brabant (voorheen Bossen van Bezinning, provincie Brabant) en de Veluwe (provincie Gelderland). De Stichting Innovatie Recreatie & Ruimte ondersteunt deze pilots vanuit het Kennisprogramma Regionale Beeldverhalen. Doel van dit programma is om kennis te laten stromen zodat het wiel niet telkens opnieuw hoeft worden uitgevonden. Dit programma wordt gefinancierd door het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I).

PILOT FRIESE MEREN

In Fryslân is de kiem voor het regionaal beeldverhaal gelegd door een groep ondernemers. Zij zagen dat het niet goed ging met de toeristische sector en dat actie nodig was. De provincie heeft daarna de lead genomen. Een kleine groep ondernemers bleef betrokken bij het 'optuigen' van het beeldverhaal. Er is nu een breed toeristisch platform opgericht dat zich o.a. ook sterk met de verdere ontwikkeling van het beeldverhaal gaat bezig houden. Er zijn twee verhaallijnen geïdentificeerd in de eerste fase. Dit eerste is 'Friese Meren vaarschool van Europa', een totaalpakket aan vrijetijdsbeleving, van watersport tot après sail in de dorpen. De tweede lijn is 'Friese Meren Zuiver en Puur', waarin de Friese eigenheid, transparantie, functionele architectuur, frisse lucht, wellness, wind en ambachtelijkheid centraal staan. Er is veel enthousiasme bij

de ondernemers voor de verdere invulling van het vervolg traject, waarbij de provincie een meer faciliterende rol gaat spelen. Het samen optrekken in het ontwikkelen van het beeldverhaal wordt als positief ervaren. De komende twee jaar vindt de uitvoering van het actieplan plaats. Het beeldverhaal moet innovatie van de vrijetijdssector en duurzame gebiedsontwikkeling in Zuidwest Fryslân bewerkstelligen.

PILOT DIJK VAN EEN DELTA

Het beeldverhaal Dijk van een Delta is een bijzondere: hier heeft een groep van twaalf recreatieondernemers zelf het initiatief genomen. Ook bijzonder is dat in deze pilot vier provincies actief zijn betrokken: Gelderland, Noord-Brabant, Zuid-Holland en Zeeland. Het gebied van de pilot beslaat het gehele oost-west georiënteerde Nederlandse rivierengebied en de Zeeuwse delta vanaf de Nederlands-Duitse grens tot aan de Noordzee. Het uiteindelijke doel van het project Dijk van een Delta is een brug te slaan naar nationale en internationale toeristische promotie van ontdekkings- en verblijfsarrangementen, die gebaseerd zijn op de verhalen van de regio. Dit beeldverhaal timmert hard aan de weg. Er is een masterplan en inspiratieatlas gemaakt die op een beeldende wijze weergeven hoe het motto van deze pilot 'overleven met water' beleefbaar kan worden gemaakt. Doel van de inspiratieatlas is de deelnemende partijen te inspireren en te verleiden hun eigen activiteiten te enten op de eigenschappen en karakteristieken van Dijk van een Delta en nieuwe product-marktcombinaties (PMC's) en arrangementen te ontwikkelen. Het masterplan moet inzichtelijk maken tot welk streefbeeld of welke streefbeelden deze activiteiten kunnen leiden en hoe deze beelden stapsgewijs gerealiseerd kunnen worden. Meer informatie over Dijk van een Delta is te vinden op de website: www.dijkvaneendelta.nl.

CRUCIALE FASE

De komende vijf jaar zijn cruciaal voor de beeldverhalen. Betrokkenen moeten nu de stap gaan maken van denken naar doen en dat blijkt niet altijd makkelijk. Goede ideeën en initiatieven zijn geen garantie voor financiering. Er moeten verdienmodellen gecreëerd worden om de plannen te realiseren. Hierbij is het belangrijk dat zowel de publieke als private sector inzien dat zij gezamenlijk probleemoplossers zijn. De ene partij moet de andere niet als pinautomaat zien, aldus Mommaas. Een beeldverhaal creëren is een omvangrijk en complex proces waar veel bij komt kijken. De vrijetijdssector, provincies, ondernemers en het Rijk hebben allen een rol om innovatie en ontwikkelruimte in de vrijetijdssector te stimuleren en kwalitatieve gebiedsontwikkeling te waarborgen. Over vijf jaar zal blijken of dit is gelukt.

Meer informatie over regionale beeldverhalen kunt u krijgen bij Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte, tel: Tel. 0343-524750, email: info@recreatieenruimte.nl, website: www.recreatieenruimte.nl.

WAT IS EEN REGIONAAL BEELDVERHAAL?

In een regionaal beeldverhaal komen de unieke identiteit en de toekomstige ontwikkelrichtingen van een regio naar voren. Het mobiliseert ondernemers en organisaties om samen met overheden richting te geven aan de ontwikkeling van de kwaliteit van het landschap. Door (innovatieve) sectoroverschrijdende samenwerking wordt de regio een aantrekkelijke toeristische bestemming en krijgt een economische impuls.

Een beeldverhaal bestaat uit een thema, aantrekkelijke locaties en zich voortdurend ontwikkelende verhaallijnen. De verhaallijnen verbinden de locaties op een uitdagende en aansprekende manier. Thema, locaties en verhaallijnen samen zijn de basis voor nieuwe productmarkt combinaties (pmc). Een beeldverhaal is nooit af. Op basis van het thema en de behoefte in de markt vinden constant ontwikkelingen plaats en worden nieuwe productmarkt combinaties bedacht en oude afgestoten. Met een regionaal beeldverhaal staat de regio duidelijk op de kaart. Consumenten herkennen de identiteit en waarderen die. In de regio zelf zit de identiteit bij iedereen tussen de oren en wordt ook uitgedragen.

Een beeldverhaal gaat verder dan een toeristische visie. Een toeristische visie schetst een gewenste ontwikkeling; een regionaal beeldverhaal zet een streek of regio op de kaart als bestemming én vertelt hoe dat wordt gerealiseerd. Het is een middel om gebiedsontwikkeling vorm te geven met een grote rol voor de sector toerisme en recreatie. Een regionaal beeldverhaal is géén marketingplan. Het verleidt overheden en ondernemers om samen te werken aan nieuwe toeristische producten die aansluiten op bestaande of nieuwe markten. Zo staat het aan de basis van een marketingplan, waarin wordt bepaald hoe het beeldverhaal de consument naar de regio trekt. Een brand of merk kan daarbij helpen.

Voor meer informatie over beeldverhalen:
www.recreatieenruimte.nl.





