

## Startnotitie Leidraad Bestemmingsmanagement regio Gooi en Vechtstreek

Algemeen	
Aan	PFHO E&I
Van	Leon Visser
Datum	6 maart 2026
Verspreiden	Ja
Kenmerk	DOC 26015703

### 1. Inleiding

De ‘Startnotitie Leidraad Bestemmingsmanagement regio Gooi en Vechtstreek’ is opgesteld, om gezamenlijk met de regiegemeenten de ontwikkelingen op het gebied van recreatie & toerisme onder de loep te nemen en samen te bepalen hoe hiermee om te gaan. De wereld om ons heen verandert (ook op het onderwerp recreatie en toerisme) en hoe kunnen wij als regio hierop inspelen.

Zodat onze inspanningen gericht zijn op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein voor de regio. En dit bijdraagt aan de kwaliteit van leven voor onze inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen, zorg voor de natuur en een toekomstbestendige sector voor ondernemers en werknemers.

### 2. Waarom een Leidraad Bestemmingsmanagement?

Er zijn diverse ontwikkelingen op het gebied van recreatie en/of toerisme. Zoals bijvoorbeeld de groei van het aantal inwoners (meer vrijetijdsactiviteiten), de drukte in natuurgebieden, de verwachte groei van toeristen (in zowel Noord-Holland als Amsterdam) en de bijdrage van recreatie & toerisme aan maatschappelijke opgaven. (Zie bijlage 1 Verdieping op de ontwikkelingen).

Hoe gaan we als regio(samenwerking) om met deze ontwikkelingen?

- Wat zijn nu onze gezamenlijke ambities/ doelen?
- Focussen we ons op recreatie of toerisme of allebei?
- Wat is ons gezamenlijk verhaal/ visie? (zowel bij vraag als aanbod)
- Hoe werken we met elkaar samen?
- Wat doen we wel en wat doen we niet?
- Inzet van ieders uren

Dit kunnen we afspreken via de methodiek *Leidraad Bestemmingsmanagement*.

Een leidraad bestemmingsmanagement is een praktisch instrument dat gemeenten, ondernemers, citymarketing, organisaties en inwoners helpt om samen te sturen op een

bewuste, duurzame bestemming van de regio Gooi en Vechtstreek. Het maakt onze gezamenlijke ambities inzichtelijk voor het gastvrijheidsdomein, die zorgen voor activatie en samenwerking van alle bij bestemmingsmanagement betrokken partijen.

De ambities zijn richtinggevend. Tegelijkertijd doen ze recht aan het autonome functioneren van de afzonderlijke gebieden/ organisaties (zoals gemeenten, citymarketing, terrein beherende organisaties, ondernemers en Visit Gooi & Vecht).

### 3. Wat is het gastvrijheidsdomein?

Het gastvrijheidsdomein is het brede domein rondom zakelijke- en vrijetijdsbezoekers met hun activiteiten en bewoners met hun vrijetijdsactiviteiten. Zij worden bediend door een breed palet van zowel private als publieke partijen. Een bezoeker, recreant of toerist komt meestal niet vanwege één product, maar vanwege het samenspel tussen verblijf, horeca, vermaak, landschap, winkels en vervoer, in combinatie met de natuurlijke en/of culturele omgeving. Het gaat in het gastvrijheidsdomein dan ook om een samengesteld product, waarbij verschillende aanbieders zijn betrokken.

#### *(Dag)bezoeker, recreant of toerist?*

Bezoeker: Een bezoeker is een reiziger, die een vakantie of trip maakt naar een bestemming buiten zijn of haar normale leefomgeving.

- *Dagbezoeker*: Bezoekers die niet overnachten op de plaats van bestemming. Een dagbezoeker is hierbij minimaal 2 uur van huis en niet langer dan een dag.
- *Toerist*: Een toerist is een bezoeker die één of meer nachten op de bestemming heeft doorgebracht.

Recreatie: Met recreatie worden alle activiteiten (wel buitenshuis) bedoeld, die iemand in de vrije tijd uitvoert. Hier horen activiteiten bij zoals een rondje wandelen, sporten, uit eten gaan, etc.

Bron: De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030

### 4. Wat is Bestemmingsmanagement?

Inspanningen gericht op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein voor een stad of regio. De positieve impact bestaat uit sociale, ecologische en economische waarde. Bestemmingsmanagement draagt bij aan de kwaliteit van leven voor inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen, zorg voor de natuur en een toekomstbestendige sector voor ondernemers en werknemers. Aan deze inspanningen ligt zoveel mogelijk een integrale aanpak ten grondslag. Daarom vraagt bestemmingsmanagement nadrukkelijk om afstemming met andere domeinen.

### 5. Zeven stappen van Bestemmingsmanagement

Bestemmingsmanagement kent zeven (essentiële) stappen om tot een Leidraad Bestemmingsmanagement te komen. Hieronder zijn deze stappen schematisch weergegeven en is te zien hoe ze samenhangen met elkaar. (Zie bijlage 2 voor de uitleg per stap).



Verder is het mogelijk om een deel van de stappen te doorlopen en verschillende stappen prioriteit te geven. Het is zodoende niet altijd nodig om alle stappen van 1 tot 7 te doorlopen; afhankelijk van de specifieke context, draagvlak en beschikbare tijd is het ook goed mogelijk om een deel te realiseren.

## 6. Toegevoegde waarde van een Leidraad Bestemmingsmanagement

Een leidraad bestemmingsmanagement is geen papieren exercitie, maar een praktisch instrument dat gemeenten, ondernemers en inwoners helpt om samen te sturen op een bewuste, duurzame bestemming. Actieve participatie van alle gemeenten is essentieel om de gezamenlijke ambities te realiseren en optimaal te profiteren van de kansen die toerisme en recreatie bieden.

- **Gezamenlijke ambitie:** Een gedragen stip op de horizon, afgestemd op landelijke, regionale en lokale uitdagingen.
- **Toekomstbestendige regio:** Samen bouwen aan een regio waar iedereen profiteert van toerisme en recreatie, nu en in de toekomst. Waarbij positieve effecten worden gemaximaliseerd en negatieve effecten geminimaliseerd.
- **Duidelijke rolverdeling:** Heldere afspraken over verantwoordelijkheden, mandaat en samenwerking tussen overheden, bedrijfsleven, DMO's, CMO's en inwoners.
- **Sturing op kwaliteit en impact:** Focus op brede welvaart, welzijn en leefbaarheid, met aandacht voor economische, sociale en ecologische waarde.
- **Synergie en efficiëntie:** Bundeling van kennis, middelen en netwerken levert meerwaarde en voorkomt versnippering.
- **Invloed op beleid:** Door actief deel te nemen, kunnen gemeenten hun lokale belangen en accenten inbrengen in de regionale samenwerking.
- **Toegang tot data en tools:** Deelname biedt toegang tot actuele data en monitoring-instrumenten.

- **Integrale aanpak:** Verbinding met andere beleidsvelden zoals mobiliteit, natuur, cultuur, economie en ruimtelijke ordening. Denk aan koppelkansen met gebiedsontwikkeling, mobiliteit en duurzaamheid.
- **Versterking van het vestigingsklimaat:** Een aantrekkelijke regio is goed voor inwoners, ondernemers én bezoekers.

## 7. Hoe tot een Leidraad Bestemmingsmanagement regio Gooi en Vechtstreek te komen?

### 8.1. Afstemming

#### Regionaal Overleg Recreatie & Toerisme

-Startnotitie bespreken en afstemmen in het Regionaal Overleg Recreatie & Toerisme Visit Gooi & Vecht/ Regio Gooi en Vechtstreek (3 maart 2026).

o Doel:

- Startnotitie aanscherpen
- Akkoord om de startnotitie voor te leggen aan het PFHO Economie & Innovatie

#### AO Economie & Innovatie

-Bij akkoord van het Regionaal Overleg Recreatie & Toerisme dit (op hoofdlijnen) voorleggen aan het AO Economie & Innovatie regio Gooi en Vechtstreek (24 maart 2026) (waar recreatie & toerisme onderdeel van is)

o Doel:

- Akkoord om de startnotitie voor te leggen aan het PFHO Economie & Innovatie

#### PFHO Economie & Innovatie

-Agenderen voor het PFHO (Portefeuillehoudersoverleg) Economie & Innovatie (23 april 2026)

o Doel:

- Commitment afgeven op samen te gaan werken voor een Leidraad Bestemmingsmanagement
- Commitment afgeven voor ambtelijke deelname van elke gemeente voor de realisatie van de Leidraad Bestemmingsmanagement
  - Aantal uren mede afhankelijk van de specifieke context, draagvlak en beschikbare tijd. Te bepalen in een apart overleg (zie 8.2 plan aanpak, punt 1)

### 8.2. Plan van aanpak realisatie (globaal)

1. Het organiseren van een ambtelijk overleg specifiek voor het thema Leidraad Bestemmingsmanagement
  - a. Om samen af te stemmen welke stappen van bestemmingsmanagement reëel zijn om uit te gaan voeren voor de regio Gooi en Vechtstreek.

- i. Is het realistisch om alle stappen uit te voeren om tot een complete leidraad te kunnen komen?
    - ii. Zo niet, welke stappen hebben prioriteit?
    - iii. Mede afhankelijk van de specifieke context, draagvlak en beschikbare tijd van ieder.
2. Regionale 'recreatie & toerisme tafels'
  - a. Zet regionale 'recreatie & toerisme tafels' op, zodat iedereen input kan geven en meedenken over de verschillende stappen (Leidraad Dag/ Pressure Cooker). Verwerk de input om een goed overzicht te maken.
    - i. Deelnemers: o.a. gemeenten, ondernemers, TBO's, brancheorganisatie, citymarketing organisaties, MRA Toerisme, Visit Gooi & Vecht, andere domeinen, (bewoners)
    - ii. I.s.m. en/of advies van NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen), Provincie Noord-Holland, Amsterdam&Partners
3. Terugkomdag
  - a. Ga daarna focussen en organiseer een terugkomdag om samen keuzes te maken
4. Regionaal Overleg R&T
  - a. Resultaten bespreken in een Regionaal Overleg Recreatie & Toerisme Gooi en Vechtstreek
5. AO E&I
  - a. Op hoofdlijnen presenteren in een AO Economie & Innovatie regio Gooi en Vechtstreek (waar R&T onderdeel van is)
6. PFHO E&I
  - a. De resultaten bespreken in een PFHO Economie & Innovatie waarin alle wethouders vertegenwoordigd zijn (waar het onderwerp R&T is belegd)
  - b. Resultaat kan leiden tot input voor de nieuwe Regionale Samenwerkingsagenda (RSA) Gooi en Vechtstreek
7. RSA 2027 – en verder
  - a. Resultaten meenemen als input voor de nieuwe Regionale Samenwerkingsagenda (RSA) Gooi en Vechtstreek

## Bijlage 1 Ontwikkelingen binnen recreatie & toerisme

Er zijn diverse ontwikkelingen gaande of ontwikkelingen die op ons gaan komen op het gebied van recreatie en/of toerisme. Hierbij een aantal voorbeelden van deze ontwikkelingen.

- Groei van het aantal inwoners
  - In 2040 telt onze regio ruim 270.000 inwoners (nu 245.000). Het aantal inwoners in Noord-Holland groeit naar verwachting van bijna 2,9 miljoen in 2021 naar bijna 3,4 miljoen in 2050. Ook bij buurtgemeenten stijgt het aantal inwoners (zoals Almere van 232.650 in 2026 naar 337.000 inwoners in 2050).
  - Dit leidt tot een forse stijging van het aantal vrijetijdsactiviteiten.
- Drukke in de natuurgebieden
  - De TBO's geven aan dat het steeds drukker wordt in de natuurgebieden
  - Dit leidt tot impact op de natuur.
- Toerisme gaat naar verwachting groeien in Nederland
  - Prov. Noord-Holland: stijging van 37% in 2035 t.o.v. 2023
  - Amsterdam: stijging van 40% in 2035 t.o.v. 2023
  - Prov. Utrecht: stijging van 25% in 2035 t.o.v. 2023
- Ontwikkelingen in Amsterdam
  - Vanaf 1 januari 2026 is de belasting op overnachtingen 33,5 procent (hoogste van Europa).
  - Amsterdammers mogen hun woning vanaf 2026 nog maar vijftien nachten per jaar verhuren (dit was dertig).
  - Sinds 26 november 2024 is een hotelbeddenstop van toepassing.
  - Een vermindering van het aantal riviercruiseschepen van 2.125 in 2023 naar maximaal 1.150 in 2028.
- Ontwikkelen van een nieuw Perspectief Bestemming Nederland 2040
  - Bekendgemaakt tijdens de Toerisme TOP 2025 (in Gooi en Vechtstreek)
  - 'Perspectief Bestemming Nederland' is een visie vóór en dóór het gastvrijheidsdomein – en voor héél Nederland.
- Ontwikkeling binnen Metropool Regio Amsterdam (MRA) domein toerisme
  - Nieuwe strategie vastgesteld eind 2025 (Op weg naar toekomstbestendig toerisme)
  - Nieuwe campagne (vraagsturing) in 2026 i.p.v. Amsterdam Bezoeken, Holland Zien.
- Update visie / merkkompas Visit Gooi & Vecht
  - Het merkkompas Visit Gooi & Vecht is ontwikkeld in 2020 en de visie in 2021.
  - Er komt een update van beide documenten
- Tekort aan groene recreatieruimte
  - Uit onderzoek dat de ANWB liet uitvoeren blijkt dat de groene ruimte per inwoner sinds 1900 met 80% is verminderd.
  - In 2021 was er in Noord-Holland een tekort van ca. 23.000 hectare groene recreatieruimte en een toekomstig tekort van ca. 28.000 hectare in 2040, rekening houdend met de groeiende vraag.
  - Deze cijfers hebben alleen betrekking op de vraag van inwoners. De behoefte aan recreatieruimte vanuit toeristen is hier nog niet bij inbegrepen.
- Bijdragen aan maatschappelijke opgaven

- o Het domein recreatie & toerisme kan bijdragen aan maatschappelijke opgaven. Bijv.: gezondheid, duurzaamheid, klimaatadaptatie, behoud van natuur, behoud van erfgoed, bevordering van de leefbaarheid.

## Bijlage 2: Zeven stappen van bestemmingsmanagement

Bestemmingsmanagement kent zeven (essentiële) stappen om tot een Leidraad Bestemmingsmanagement te komen.



### Stap 1: Analyse

Een grondige analyse is essentieel voor het ontwikkelen van effectief beleid. Bestemmingsmanagement start daarom bijvoorbeeld met een analyse van vraag en aanbod, impact van bezoek, druk en draagkracht, prognoses en relevante trends en ontwikkelingen.

### Stap 2: Ambitie

Op basis van de analyse wordt de ambitie bepaald: de stip op de horizon, ofwel de richting waarin een land, stad of regio zich wil bewegen om het gastvrijheidsdomein duurzaam te laten ontwikkelen. Een voorbeeld hiervan:

“Iedere inwoner van de regio Gooi en Vechtstreek heeft in 2035 profijt van toerisme & recreatie”

### Stap 3: Ontwikkeldkader

Om bezoekers aan te trekken die bijdragen aan het realiseren van de ambities en die passen bij de unieke kenmerken en de draagkracht van een bestemming, is het belangrijk om te werken vanuit een ontwikkeldkader. Het ontwikkeldkader is richtinggevend voor zowel bestemmingsontwikkeling als vraagsturing. Waar de ambitie gaat over de stip

op de horizon (waar willen we staan over aantal jaar), gaat het ontwikkelkader in op hoe de bestemming dat wil bereiken (strategie/maatregelen).

#### Stap 4: Bestemmingsontwikkeling

Bij bestemmingsontwikkeling gaat het om het doorontwikkelen van bestaand aanbod en het ontwikkelen van nieuw, aanvullend aanbod, gericht op het aantrekken van de gewenste doelgroep. Bijvoorbeeld op het gebied van bereikbaarheid, (digitale) toegankelijkheid, beschikbaarheid en beleving. Dit is nodig om aan de verwachtingen van gasten te kunnen blijven voldoen en om herhaalbezoek te stimuleren. Naast het inspelen op kansen voor tijdelijk aanbod, gaat het hier vooral om aanbodontwikkeling voor de langere termijn.

#### Stap 5: Vraagsturing

Onder vraagsturing verstaan we alle mogelijke manieren om de potentiële bezoeker in beweging te krijgen. Te denken valt aan instrumenten voor bezoekersmanagement of marketing. Een kenmerk van het gastvrijheidsdomein is dat nieuw aanbod nieuwe vraag kan opwekken. Vraagsturing heeft niet alleen betrekking op het stimuleren van extra bezoek, maar kan ook gaan over het demotiveren van een bepaald type bezoek en het ontmoedigen van ongewenst gedrag.

#### Stap 6: Monitoring

Met monitoring van de verschillende soorten impact (sociaal-maatschappelijk, economisch en ecologisch) en van de veranderingen van vraag en aanbod, creëren we inzicht in hoe interventies bijdragen aan het realiseren van ambities. Op basis hiervan kunnen partijen hun aanpak en ambities evalueren en kunnen ze inspanningen waar nodig bijsturen.

#### Stap 7: Organisatie

De organisatie van het proces van bestemmingsmanagement is complex. Dit komt door de vele lagen en partners die een rol spelen. Voor effectief bestemmingsmanagement is daarom afstemming nodig met een groot aantal stakeholders met uiteenlopende belangen op verschillende schaalniveaus, zowel binnen het gastvrijheidsdomein als daarbuiten. Dit vraagt om integrale sturing op uitvoering in tijd, geld en budget.