

Verbinden en vertellen

**Visie op recreatie en toerisme
Gemeente Oss 2020 – 2023**



1. Inleiding

Sinds maart 2020 is de wereld veranderd. Het Covid 19-virus houdt ons in zijn greep. In Nederland en wereldwijd is het virus nog lang niet uitgeraasd. Er is nog volop onzekerheid over wat dit op langere termijn betekent.

Voor de corona-crisis hadden we een concept van de nieuwe visie voor toerisme en recreatie gereed. In eerste termijn is hierover met de gemeenteraad van gedachten gewisseld. Mede vanwege de corona-crisis is de visie door de gemeenteraad aangehouden. Dit gaf ons de gelegenheid om nog eens met de stakeholders te bespreken hoe zij de toekomst zien en wat dit voor de visie betekent. De Corona-crisis heeft de sector toerisme en recreatie bedrijfseconomisch diep geraakt. Tegelijkertijd heeft het geleid tot een herwaardering van de eigen omgeving die kansen biedt.

Daarnaast is op 9 juli 2020 een amendement aangenomen in de gemeenteraad. Kern daarvan is dat we actief blijven zoeken naar het bundelen van de krachten in de regio en voorstellen hoe de middelen de komende jaren ingezet gaan worden ten behoeve van marketing en promotie van de vrijetijdsector in de gemeente Oss en omgeving. Dit is verwerkt in deze visie.



De impact van de coronacrisis maakt dat we enkele accenten hebben verlegd:

1. Onze ambitie van groei van werkgelegenheid hebben we bijgesteld. Het is een uitdaging om de komende jaren het niveau te behouden van vóór de crisis. We zetten daarom in op het handhaven van de werkgelegenheid.
2. Vanwege de corona crisis is er een hernieuwde belangstelling voor dagtochten en vakanties in eigen land. Dit biedt kansen waar we nadrukkelijk op in zetten. Mensen zijn meer dan ooit op zoek naar rust en ruimte. Ze willen buiten zijn, al fietsend en wandelend. Oss en omgeving passen prima in dit plaatje. Met onze mooie natuur en landschappen, actieve ondernemers, interessant erfgoed en kansrijke regionale samenwerkingen hebben we veel te bieden aan onze inwoners en aan toeristen. We willen onze inwoners een leefomgeving bieden waar het fijn wonen, werken en recreëren is. En we willen toeristen interesseren om van ons gebied en haar recreatieve mogelijkheden te komen genieten. Onze inwoners en ondernemers in recreatie en toerisme met hun organisaties zijn daarvoor onze belangrijkste ambassadeurs. Samen met al onze partners willen we hier graag verder aan bouwen.
3. We hebben de toezegging op het amendement verwerkt in de visie:
 - we blijven in de regio actief zoeken naar het bundelen van krachten daar waar er energie voor is;
 - we stellen voor hoe we de vrijgekomen middelen na het opzeggen van de dienstverleningsovereenkomst met VVV NOB gaan inzetten ten behoeve van marketing en promotie;
 - we nemen hierbij een uitvoeringsrichting op met daarbij wat de rol van de gemeente hierin is.

Waarom een nieuwe visie?

In 2016 hebben we onze *Visie op de Vrijtijdseconomie van Oss* opgesteld. Sindsdien zijn we hiermee aan de slag en is er het nodige bereikt. Denk aan de lancering van de gezamenlijke website Trefhetinoss.nl, realisatie van allerlei projecten rondom Landschappen van Allure (uitkijktoren Herperduin, speelbos de Das, Landerij van Tosse), evenementen rondom onze erfgoedverhalen (fietsroute 'Strijd met en tegen het Water', tentoonstellingen, rotonde met het zwaard en landelijke uitstraling door nominatie als beste erfgoedgemeente), verbetering van de recreatieve mogelijkheden in onze uiterwaarden (uitkijktoren Oijen, strandjes) en investeringen in voorzieningen bij diverse ondernemers. Ook de diverse activiteiten rondom sport en evenementen en ons culturele aanbod dragen in hoge mate bij aan de beleving van wat we als Oss te bieden hebben.

Toch is het tijd voor een aangepaste visie. Het recreatief-toeristische landschap is danig veranderd:

- In het Maasgebied speelt heel veel met het Meanderende Maas project waar recreatie en toerisme als koppelkans is gedefinieerd. Ondernemers spelen hier ook op in met nieuwe initiatieven.
- Binnen de Maashorst is sprake van een inhoudelijke herijking.
- Maas en erfgoed zijn thema's waar Oss meer mee kan doen dan nu gebeurt.
- Het platform dat sinds de vorige visie is opgezet om een stimulans te geven aan vernieuwing en productontwikkeling is opgeheven.
- Oss heeft, net zoals enkele andere gemeenten in de regio, de dienstverleningsovereenkomst met de VVV Noordoost Brabant (VVV NOB) opgezegd.
- Er is behoefte aan concrete stappen in de marketing voortbouwend op de bezoekerswebsite Trefhetinoss.

- Er is behoefte aan duidelijkheid over waar de verantwoordelijkheid van de gemeente ligt, welke rol de gemeente wil vervullen en over wat er de komende jaren verwacht kan worden van zowel de stakeholders als van de gemeente.
- De gemeente is volop bezig met de nieuwe gebiedsvisie. Om daarin de (ruimtelijke) kansen voor recreatie en toerisme te benutten, is het van belang te beschikken over een actuele visie.

In deze notitie wordt de nieuwe visie op hoofdlijnen weergegeven voor de periode 2020-2023. Deze visie vervangt de visie uit 2016. We beschrijven hierin kort de huidige situatie, trends en SWOT-analyse (hoofdstuk 2, 3 en 4). In hoofdstuk 5, 6 en 7 formuleren we de actuele visie en ambitie. Langs een drietal actielijnen werken we de ambitie uit in hoofdstuk 8. We gaan daarbij per actielijn zo duidelijk mogelijk in op hoe wij onze rol als gemeente zien. We leggen de relatie met de regio, het thema duurzaamheid en de gebiedsvisie in hoofdstuk 9,10 en 11. En in hoofdstuk 12 is met de stakeholders een uitvoeringsprogramma vormgegeven dat al loopt.



2. Huidige aanbod

Ons aanbod = verrassend veelzijdig



Natuur(beleving)



Sportieve activiteiten



Erfgoed(beleving)



Kunst & Cultuur



Evenementen



Dagje uit



Culinair



Verblijfsrecreatie

De verbeeldingen geven een goed overzicht van het huidige aanbod in de gemeente. Het aanbod kenmerkt zich door haar veelzijdigheid. Er is zowel in de stad, in de kernen als ook in het buitengebied van alles te doen en te beleven voor inwoners en toeristen. Oss beschikt over mooie en gevarieerde natuur en landschappen en een uitstekend routenetwerk voor wandelen, fietsen, struinen, paardrijden en varen. Er vinden steeds meer evenementen plaats. Erfgoed met de vele monumenten en vestingstadjes biedt een prachtig decor en kansen voor storytelling. De driedeling Maashorst, stad Oss en Maas is een logische ruimtelijke indeling. Al gaat het voor de bezoeker om de algehele ontspanning en beleving.

Recreatief-toeristisch aanbod gemeente Oss

Noordzijde: de Maas

- 45 km Maas(dijk) voor recreatief gebruik
- Karakteristiek landschap met kleine kernen
- Historische stadjes Megen en Ravenstein
- Trekpleisters o.a.: Bierbrouwerij, Lithse Ham, Alle Straten, Natuurcamping, Solex-tochten, jachthavens
- Ondernemers bieden vooral dagrecreatie
- Nauw verbonden met gemeente West Maas en Waal en Wijchen en Maasdriel
- Pontjes
- Er is veel erfgoed: kerken, kapelletjes, kloosters, Kasteel van Oijen en kerkenpaadjes (weesjes) in Lith en Lithoijen
- De Zuiderwaterlinie/Maas
- Nieuwe natuurontwikkeling langs de Maas: Keent, Hemelrijkse Waard, Kesselse Waard, Diedensche Uiterdijk en omgeving Megen

Centrum: de stad

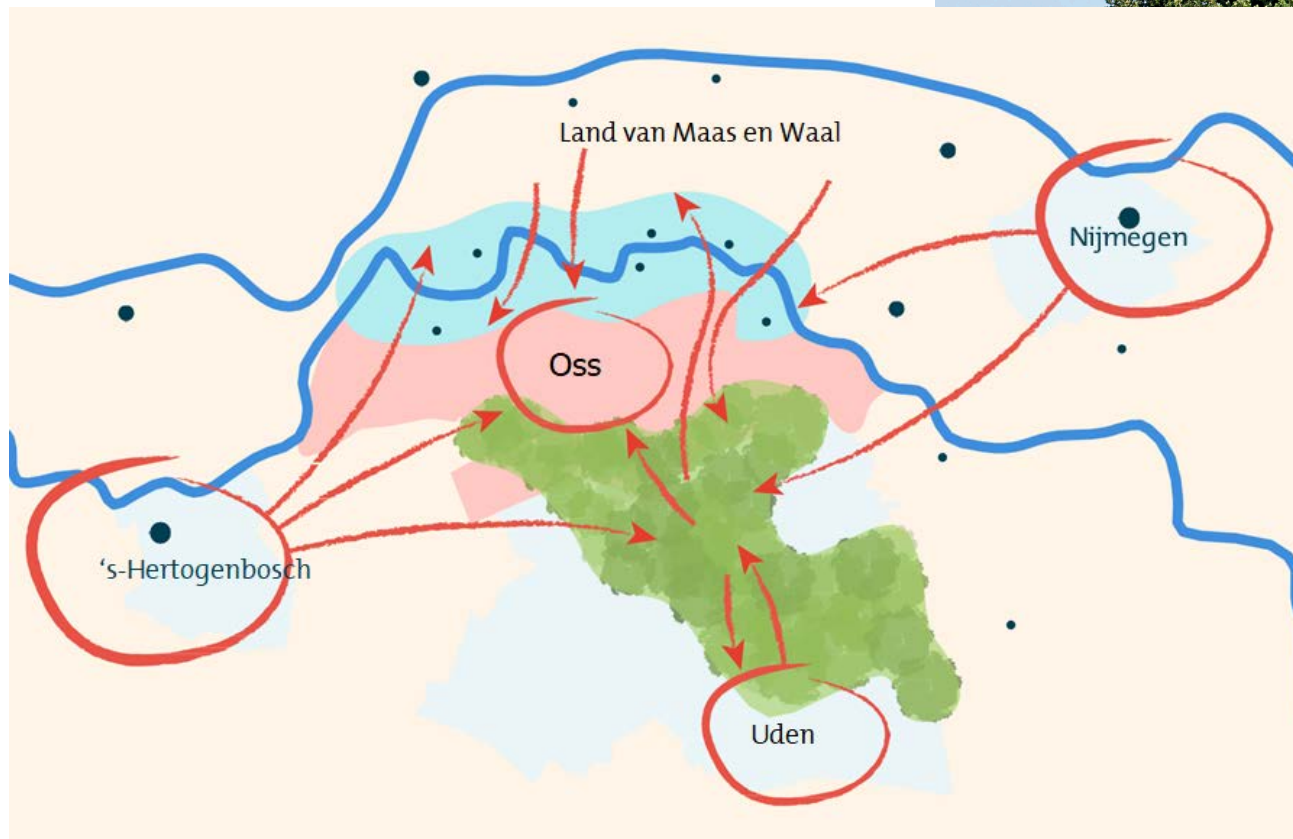
- Het compacte stadscentrum als winkelgebied voor inwoners en bezoekers uit de regio
- Relatief veel horeca
- Goed bezochte activiteiten zoals populaire weekmarkt, NME-Centrum en kinderboerderij De Elzenhoek
- Rijke industriële historie
- Regionale voorzieningen: Museum Jan Cunen, Lievekamp, Golfbad, bioscoop
- Kleine en grote evenementen
- Goed bereikbaar met OV, auto en goede fietsstructuur

Zuidzijde: de Maashorst

- 400 ha natuurgebied (Herperduin) bestaande uit heide-, stuifzand, bosgebied en vennen dat deel uitmaakt van Provinciaal Landschap De Maashorst
- Openluchttheater Hoessenbosch en Motorpark Nieuw Zevenbergen
- Gevarieerd aanbod dagrecreatie en verblijfsmogelijkheden
- Landerij VanTosse, op steenworp afstand van de stad Oss
- Wandelgebied Geffense bosjes en het recreatieterrein Geffense Plas
- Ontwikkeling van een 'Groene long' tussen Oss en Geffen

De veelzijdigheid van Oss wordt ook zichtbaar in haar regionale oriëntatie.

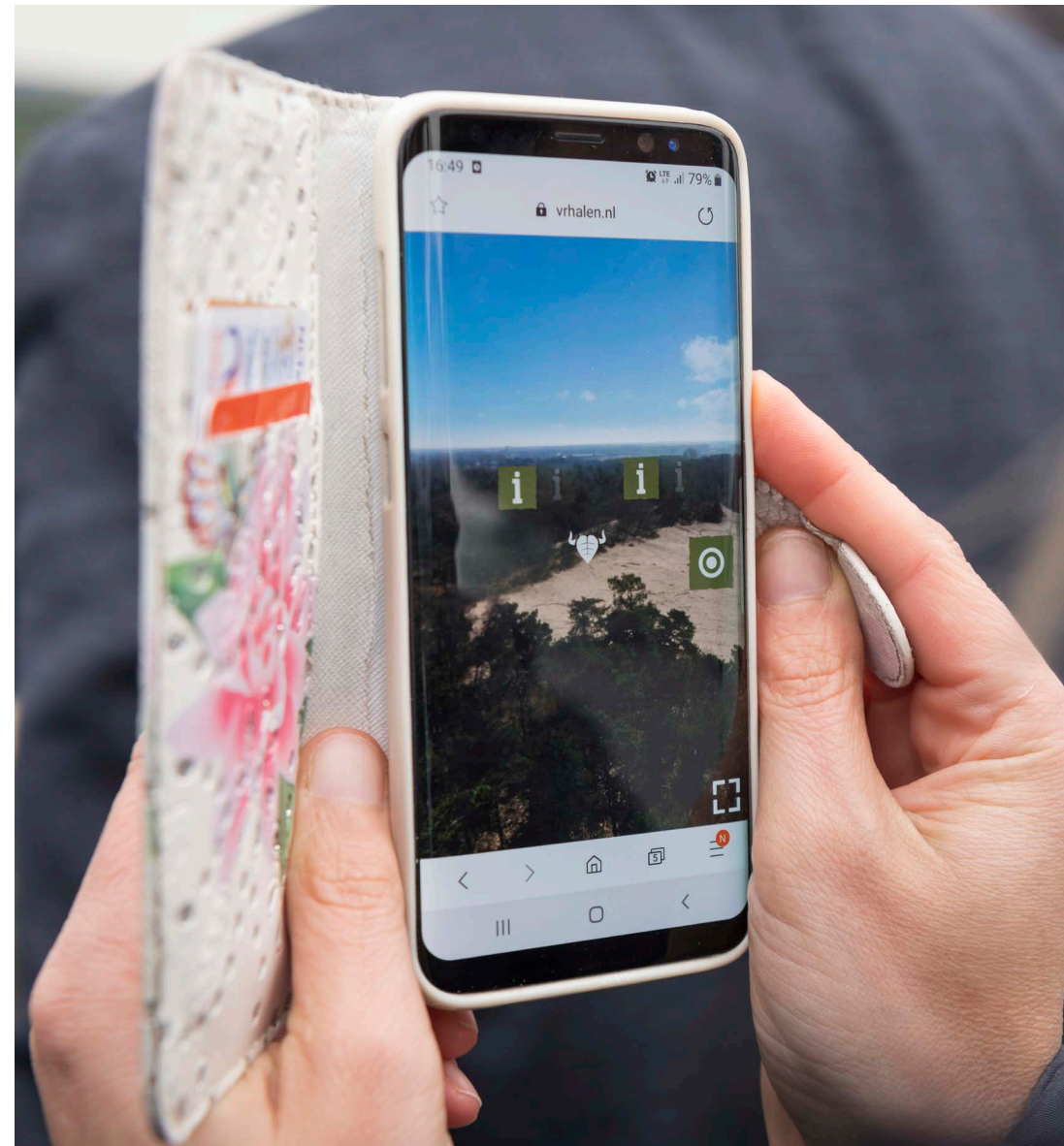
1. Er liggen veel kansen en aanknopingspunten bij de Maas.
2. Er wordt samengewerkt binnen Maashorstverband.
3. Themagewijs loopt de samenwerking met andere gemeenten (tempelroute, archeologie, religieus erfgoed en provinciaal bijvoorbeeld de Zuiderwaterlinie).



3. Trends

Relevant voor Oss zijn de volgende ontwikkelingen:

- De beperkingen als gevolg van de Coronacrisis leiden tot een herontdekking van het belang van een fijne leefomgeving en recreëren dichtbij en in eigen land.
- Voor Corona was er sprake van een sterke groei van buitenlandse gasten, waaronder in Brabant meer Duitsers en vooral meer Belgen. Ook was er voor corona een opkomend ongenoegen over de grote drukte op T&R hotspots in Nederland: inwoners van die hotspots vinden het genoeg. In het perspectief 2030 zet het Nederlands bureau voor Toerisme (NBTC) dan ook nadrukkelijk in op verdelen van de toeristen over het hele land. Beide trends bieden kansen voor Oss en omgeving. Vraag is wel wanneer en hoe het toerisme zich zal herstellen en of deze trends dan terugkomen.
- Verdere digitalisering: het gebruik van de smartphone neemt verder toe, ook bij ouderen. De afhankelijkheid in de marketing van online platforms wordt groter. Reviews en ervaringen worden gedeeld. Impact van influencers. Belang van visuele middelen als foto's en film en het gebruik van social media.
- Van ontspanning naar beleving naar zingeving: de wens naar spiritualiteit groeit. Mensen willen meer dan alleen ontspanning en iets beleven. Ze willen dat een vakantie/workshop iets met ze doet.
- Behoeft aan kwaliteit: consumenten eisen kwaliteit als basisvoorziening. Dat geldt voor ondernemers maar ook voor het publieke aanbod waar de gemeente voor staat.
- Vergrijzing: het aandeel actieve ouderen blijft de komende decennia groeien en is daarmee een essentiële doelgroep. Wandelen en fietsen zijn basisactiviteiten. Museumbezoek is populair. Ook de driegeratie-vakantie wint aan populariteit.





- Grillige consument: dé consument bestaat niet. Hij varieert in behoefte aan voorzieningen (van veel/luxe naar weinig), in gezelschap (alleen, met z'n tweeën, in groepen), in bestemmingen (ver weg dan weer dichtbij), etc.
- Duurzaamheid: bij de consument is aandacht voor klimaat en duurzaamheid (ecotoerisme) sterk groeiend. Regelgeving versterkt dit. Dit biedt overheden en bedrijven nieuwe kansen om hierop bij de vrijetijdsbeleving in te spelen.
- Authenticiteit: er is behoefte aan bijzondere ervaringen. Lokaal is belangrijk (in gesprek met en overnachten bij 'locals', eten van streekproducten), mensen willen verhalen horen.
- Aandacht voor de stad en stedelijke dynamiek: steeds meer jonge mensen trekken naar de stad. Evenementen en nieuwe hotspots (zoals voormalige industriële complexen) en vernieuwende horeca hebben een grote aantrekkingskracht.
- Vitaliteit vakantieparken: bij veel vakantieparken staat de kwaliteit onder druk en vinden activiteiten plaats als permanente bewoning, huisvesting arbeidsmigranten en criminaliteit. Reden voor de provincies (waaronder Noord-Brabant) om samen met de gemeenten en rijksoverheid in actie te komen en beleid op te ontwikkelen. Dit biedt ook kansen voor de parken die de zaken toeristisch-recreatief wel op orde hebben.
- Verzadigde markt: het aanbod aan bedrijven en voorzieningen en daarmee de concurrentie is groot. Onderscheidend vermogen is noodzakelijk om te overleven. Desondanks is er zeker nog ruimte voor nieuwe Product-Markt Combinaties zoals bijv. de campermarkt en evenementen. Ook de aantrekkingskracht van het water is onverminderd groot.

4. Sterktes-zwaktes en kansen-bedreigingen

Sterke punten

- Veelzijdigheid: er is van alles
- Maashorst als landschap van Allure
- Veel initiatief van onderaf
- Ondernemers georganiseerd in Oss en omgeving
- Autonome aantrekkingskracht Maas inclusief vestingstadjes
- Aanwezigheid erfgoed, verhaallijnen, heemkunde
- Ontwikkeling evenementen
- Gezamenlijke website gemeente en ondernemers

Kansen

- Groei wandelen en fietsen
- Groei buitenlandse bezoekers aan Nederland en Brabant
- Verbindingen andere thema's (zoals food, erfgoed, cultuur)
- Meekoppelkansen bijv. project Meanderende Maas (ontwikkeling natuur en recreatieve routes)
- Samenwerkingen in gebied: overzijde van de Maas; andere gemeenten Maashorst, maar ook breder: Maasheggen en Land van Maas en Waal & Den Bosch
- Ontwikkelplannen van enkele ondernemers
- Bijdrage aan vitaliteit platteland
- Groeiende behoefte aan waterrecreatie aan de Maas

Zwakke punten

- Onvoldoende benutting sterke verhalen
- Oss en NO Brabant geen toeristisch-recreatief profiel en naamsbekendheid
- Onvoldoende samenhang tussen de drie deelgebieden Maas-stad-Maashorst
- Te weinig trots en ambassadeurschap bij inwoners
- Overwegend kleinschaligheid van sector
- Geen gedeelde stip op de horizon gemeente en TR-organisaties

Bedreigingen

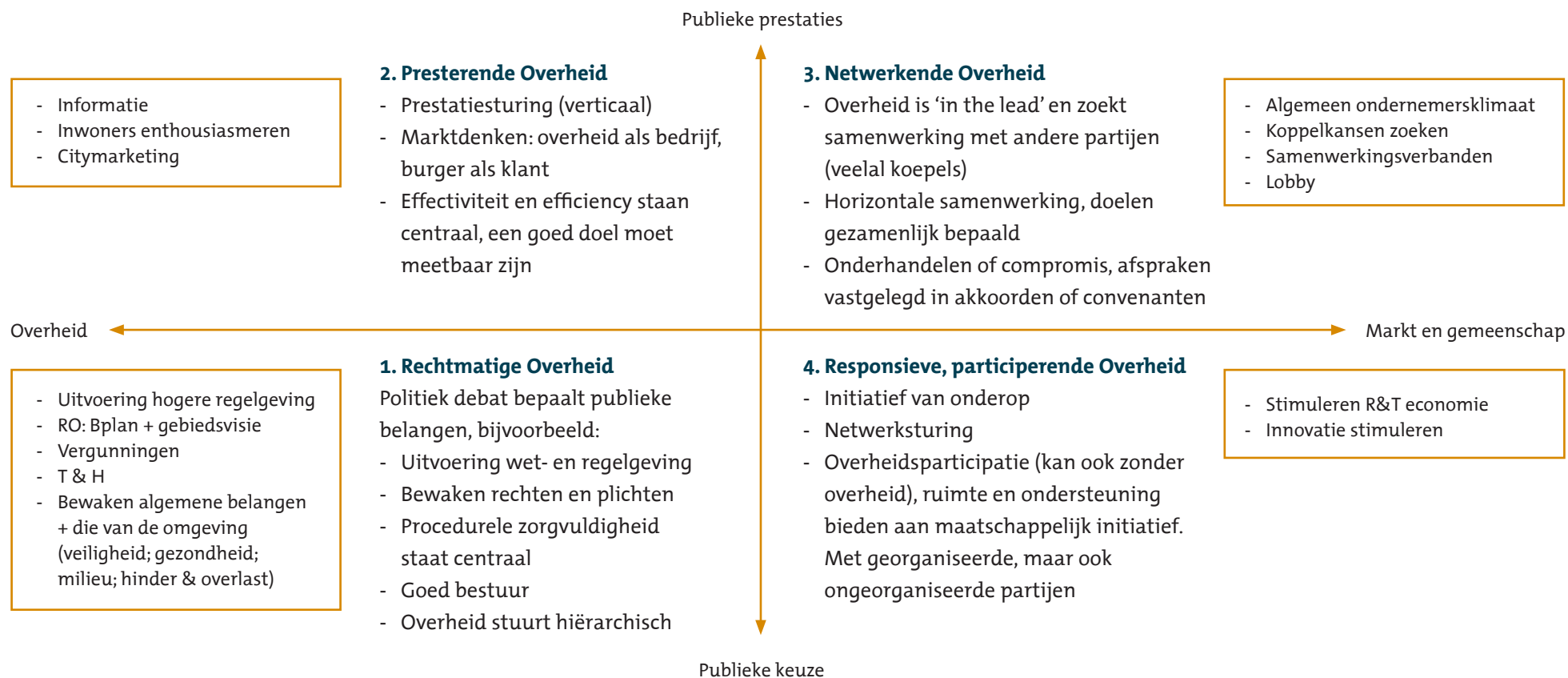
- Samenwerking met andere gemeenten in NO Brabant rond gebiedsbranding leeft onvoldoende breed onder partijen.
- Steeds moeilijker om in marketing zichtbaar te zijn
- Beperkt bedrijfseconomisch draagvlak van veel bedrijven
- Te weinig innovatie in de sector
- Sterke versnippering van de verschillende sectoren in de vrijetijdseconomie
- Geen duidelijke rolafbakening ondernemers en gemeente

5. Onze rol als gemeente Oss

Een van de aanleidingen voor het opstellen van deze nieuwe visie is de behoefte aan een duidelijke rolverdeling tussen gemeente en stakeholders. Dit is naar voren gekomen uit onze gesprekken tussen gemeente en stakeholders. We constateren ook dat we als gemeente vaak worden aangesproken op zaken die meer binnen de invloedssfeer van onze stakeholders liggen. Zoals

de promotie van activiteiten of het voeren van gesprekken met de omgeving over plannen (in kader van de nieuwe Omgevingswet). De samenleving verandert en dat vraagt om verandering van onze rol. Bovendien moet onze rol aansluiten bij onze verantwoordelijkheden, mogelijkheden en middelen. Onderstaand schema hanteren we in deze discussie:

Rollen van de overheid in de samenwerking met de energieke samenleving:



Als algemene beweging geldt dat we schaken op alle borden en dat we meer naar het rechter deel van het schema bewegen. Per onderwerp hebben wij verschillende rollen en daaruit voortkomende verantwoordelijkheden.

Onze rol in recreatie & toerisme is in de eerste plaats het adequaat uitvoeren van onze wettelijke rol. Onderdeel daarvan is de toekomstgerichte verdeling van de ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor R&T in relatie tot andere

functies in ons gebied. Daarnaast zijn wij een van de partijen in een brede groep stakeholders die belangen hebben bij de toekomstgerichte ontwikkeling van de R&T sector als bijdrage aan onder andere de vitaliteit van het platteland, levendigheid van de stad en de kernen (leefbaarheid en kwaliteit van de leefomgeving). Vanuit onze visie stimuleren en faciliteren wij gewenste ontwikkelingen en proberen wij relevante partijen daarop te verbinden. We volgen daarbij waar de energie en het initiatief vanuit de sector komt.



6. Visie

Dit brengt ons bij de visie voor de jaren 2020-2023. We leggen het accent op **Verbinden en Vertellen**.

Verbinden

De kerngebieden van toerisme en recreatie in Oss zijn de Maas, Maashorst/Herperduin, de stad Oss en de stadjes en dorpen. Deze gebieden hebben ieder hun eigen kwaliteiten:

- De Maas met zijn natuur, landschap, cultuur(historie) en water/ rivier vormt 'het goud' waarop recreatieve beleving in het gebied is gebaseerd. De grootste troeven zijn de natuurlijke aantrekkingskracht van de Maas en de Maasdijk gecombineerd met de vestingstadjes Megen en Ravenstein. Er is veel recreatieve bedrijvigheid aanwezig, veelal kleinschalig en met een nadruk op dagrecreatie.
- Maashorst is een afwisselend landschap met bossen, heidevelden, stuifzanden, vennen en een agrarisch cultuurlandschap. De recreatieve potenties zijn groot door de aanleg van routes, recreatieve entrees en een gevarieerd aanbod van horeca en verblijfsrecreatie.
- De stad Oss heeft op het gebied van vrije tijd primair een verzorgende functie voor de eigen inwoners. Denk aan de horeca en winkels. Enkele voorzieningen hebben een regionale dagrecreatieve functie zoals Museum Jan Cunen, Lievekamp en Golfslagbad. Ook evenementen vormen een belangrijk aanbod.

- De 23 kernen (stadjes en dorpen) naast de Stad Oss hebben alle hun eigen aantrekkelijkheid en identiteit. Natuurlijk zijn er Ravenstein (en haar omgeving binnen de Vrijstaat) en Megen (met haar religieus karakter), maar denk ook aan de Lithse paden, de archeologie in Maren-Kessel, diverse beeldbepalende evenementen als 'Effe noar Geffe' en 'Dé Verlichte Optocht' in Berghem.

We hebben veel te bieden maar er is meer samenhang nodig in dit veelzijdige aanbod om aan de wensen van inwoners en toeristen te kunnen (blijven) voldoen. Samenhang vraagt om een gedeelde doelstelling, een rode draad, een gezamenlijke aanpak om 'elkaar de bal toe te spelen'. De inspiratiebron hiervoor vormen de verhalen in het gebied. Zij vormen de kapstok om samen producten te ontwikkelen en arrangementen op te zetten. En verhalen hebben we meer dan voldoende. Zoals het verhaal van de strijd tegen het water, het verhaal van de natuur in de Maashorst, het verhaal van het religieus erfgoed, het verhaal van struinen door de natuur, het verhaal van de natuurlijke aantrekkingskracht van water, het verhaal van de pontjes, het verhaal van de Zuiderwaterlinie, het verhaal van het Romeinse verleden, het verhaal van de Osse industrie (nu en in het verleden), de verhalen van de stadjes en dorpen.

Gebiedsgrenzen binnen en buiten de gemeente Oss zijn dan niet belangrijk. Daar hebben inwoners en toeristen niets mee. Het ene verhaal speelt zich af in Oss zelf (industrie) en andere verhalen gaan over heel Brabant (Zuiderwaterlinie) of samen met het aangrenzende rivierenland (pontjes).

Vertellen

Deze verhalen moeten we niet alleen ontwikkelen, maar vooral ook vertellen. Promotie en marketing vereisen meer aandacht. Kortom we moeten veel meer bekendheid geven aan ons veelzijdige aanbod.

Hoe kunnen we inwoners uit Oss en de regio verleiden om hun recreatieve behoeftes (nog) vaker binnen de gemeente invullen en hoe kunnen we verblijfstoeristen van verdere weg verleiden om naar Oss, de Maas en de Maashorst te komen?

Op promotioneel vlak leggen we het accent meer dan voorheen op de Maas. Gelet op de aanwezige verhalen, ondernemersinitiatieven en meekoppelkansen is er al steeds meer focus op de Maas gelegd als rode draad. Daarvoor zoeken we de samenwerking met de aangrenzende regio's. We gaan niet voor een nieuwe regio-aanduiding van het gebied. Daarvoor is er geen basis. We gaan meer inzetten op de promotie daar waar energie en

commitment (ook financieel) aanwezig zijn, waarop we mee kunnen bewegen. Kortom de inzet is gericht op 'kansrijke coalities binnen de marketing'.

De beste marketing blijft een goede ervaring van een toerist of inwoner. We hechten dan ook aan goede bedrijven, goede voorzieningen en goede verhalen zodat de aantrekkelijkheid van het gebied en de bedrijven zichzelf verkoopt. Toeristen en Ossenaars moeten hun ervaringen doorvertellen. Zij zijn de beste ambassadeurs.



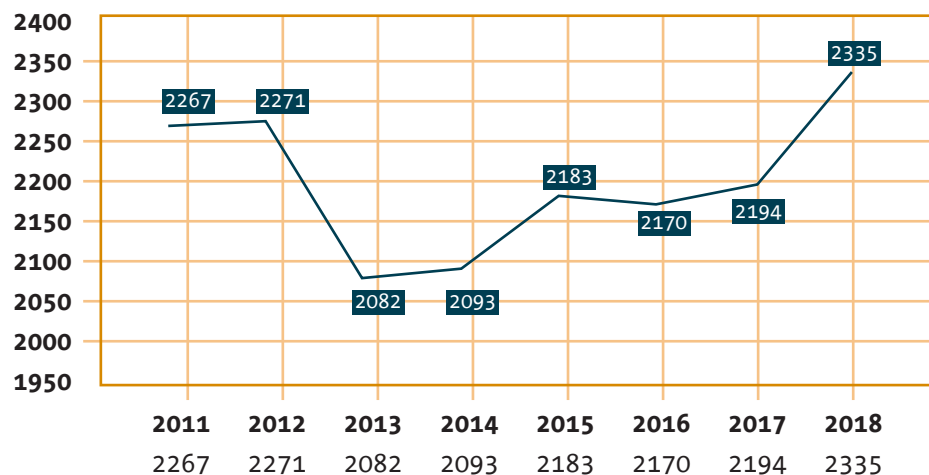
7. Ambitie

We streven naar groei van toerisme en recreatie (kwantiteit) en naar meer kwaliteit van het aanbod (kwaliteit). Deze ambitie vertalen we in twee parameters, die we ook ieder jaar kunnen meten.

Werkgelegenheid

In de visie uit 2016 was de ambitie om er 100 banen bij te krijgen en dit is ook gelukt. Uit onderstaande figuur blijkt dat de werkgelegenheid in de periode 2015-2018 is gegroeid van 2.183 naar 2.335 banen (+7%) (bron StatOss).

Banen



We hadden deze lijn heel graag door willen trekken. Maar de coronacrisis maakt dat we in 2020 in een forse dip terecht komen. En hoe de sector het komende jaar beweegt, blijft onzeker. Daarom stellen we geen ambitie vast, maar met de wetenschap van dit moment zetten we erop in dat we in 2023 het werkgelegenheidsniveau van vóór de coronacrisis weer hebben bereikt d.w.z. zo'n 2.350 banen in deze sector.

Tevredenheid over recreatieve voorzieningen

In de vorige visie uit 2016 hebben we ingezet op een betere tevredenheidsscore over de recreatieve voorzieningen bij inwoners. Inzet was een score van 90% tevredenheid. Dit is niet gehaald. Bij een monitoring enkele jaren geleden werd een score van 80% gemeten (bron: 'Onderzoek naar tevredenheid over voorzieningen recreatie en toerisme, gemeente Oss, september 2017).

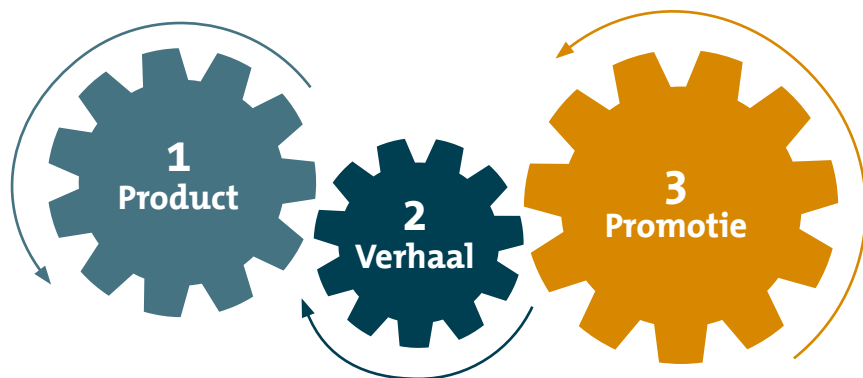
Voor de komende 4 jaren streven we naar stijging van tevredenheid bij inwoners over recreatieve voorzieningen: van 80 naar 85%.

'Vinger aan de pols'

Verder houden we cijfers in de gaten uit andere bronnen zoals branchegegevens van banken als Rabobank en ING, en kengetallen en signalen vanuit brancheorganisaties en ondernemersclubs. Wanneer nodig overleggen we met de sector of er speciale acties nodig zijn/kansen liggen.

8. Actielijnen

De visie en de ambities vragen de inzet van alle stakeholders. Daarvoor is samenwerking nodig met inzet van alle belanghebbenden. Samen met hen willen we als gemeente aan drie 'knoppen' draaien:



Actielijn Product

Het product vormt de 'hardware' binnen toerisme en recreatie. Het gaat om een samengesteld product dat bestaat uit natuur en (agrarisch cultuur-) landschap, publieke voorzieningen als paden, routes, pontjes, erfgoed, rustplekken, evenementen en private bedrijven als horeca, dag- en verblijfsrecreatie. Een vakantie of dagje uit is het resultaat van dit complexe samenspel. Voor een onvergetelijke beleving moet alles kloppen.

Voor het op orde houden/krijgen van het product is er een duidelijke rolverdeling tussen het publieke en private deel van het recreatief-toeristische product. In deze actielijn maken we dan ook het volgende onderscheid.

Publieke deel:

- Wettelijke taken zoals bestemmingsplannen en vergunningen
- Ondernemingsklimaat
- Natuur- en landschapsontwikkeling
- Op orde houden van de goede publieke voorzieningen (paden, routes). O.a. knooppuntensysteem in regionaal verband met Visit Brabant
- Betere benutting natuurlijke aantrekkingskracht van water: bijvoorbeeld Maasbelevingscentrum, meer strandjes aan Maas)

Private deel:

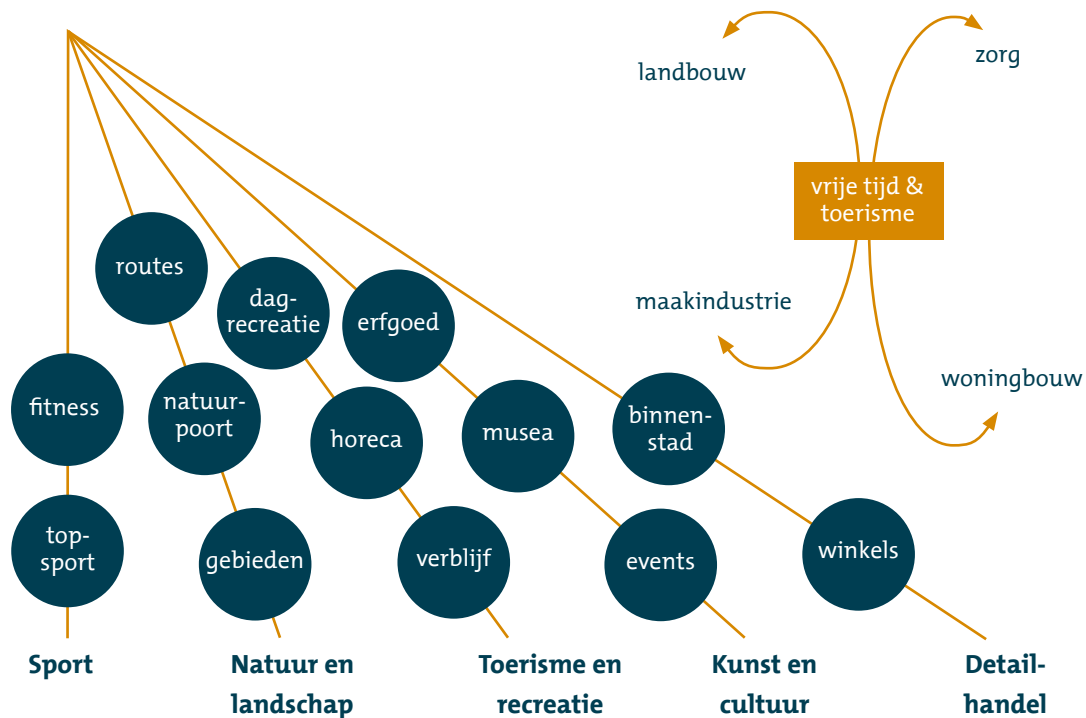
- Ondernemersinitiatieven: zoals bijvoorbeeld Lithse Ham, Geffense Plas, jachthaven De Groot, bierbrouwerij Oijen, informatiecentrum Keent, Hoessenbosch
- Evenementen en sportactiviteiten organiseren
- Culturele aanbod

Acties in het publieke deel liggen nagenoeg allemaal bij overheden en nauw aan de overheid verbonden organisaties (denk aan waterschappen en natuurorganisaties). Als gemeente Oss zetten we hier waar mogelijk op in. Ondernemers en organisatoren van evenementen, cultuur en sport staan aan de lat in het private deel van het aanbod zowel wat betreft de initiatieven, investeringen, ruimtelijke onderbouwing en dialoog met de omgeving. Uiteraard ondersteunen we dit zoveel mogelijk als gemeente en werken we waar mogelijk samen. Denk aan de faciliterende rol in het ruimtelijke spoor (Omgevingswet) in vergunningverlening of aan een subsidietraject. We zijn alert op nieuwe kansen. Dat geldt ook voor het benutten van meekoppelkansen, denk aan het project Meanderende Maas.

Actielijn Verhalen

Het recreatief-toeristisch product heeft sterke verbindingen met thema's als kunst en cultuur(historie), sport, detailhandel en natuur. Dat komt bijvoorbeeld tot uitdrukking bij de invulling van evenementen, het bezoek aan musea of winkelen in de binnenstad. Maar de verbindingen lopen via andere thema's. Denk aan zorgtoerisme (fysio en huisartsen gaan zich steeds meer inzetten voor wandelen in de natuur (bijv. wandelroute Hartje Ruwaard)), industrieel toerisme (bijv. bedrijfsbezoeken), ecotoerisme of food (streekproducten, festivals) en dergelijke.

Door middel van verhalen kunnen deze thema's aan het recreatief-toeristisch product verbonden worden. Sterker nog: zij zorgen voor de beleving, voor de emotie, kortom voor de 'software' van het product.



Oss heeft op dit vlak volop kansen:

- 244 rijksmonumenten en 328 gemeentelijke monumenten
- Veel archeologisch erfgoed
- Strijd tegen en met het water: Beerse Overlaat, stuw bij Lith, ruimte voor de rivier, vestingstadjes, Zuiderwaterlinie.
- Religie: kerken en kloosters
- Industriële ontwikkeling: van boter- en vleesverwerking, tot en met Pivot Park
- Immaterieel erfgoed
- Vestingstadjes



Vraag is hoe deze verhalen te maken en vooral te ontsluiten zijn voor de diverse toeristisch-recreatieve doelgroepen. Het Stadsarchief en de vele vrijwilligers, al dan niet georganiseerd in heemkundekringen hebben al veel aansprekende verhalen ontwikkeld en timmeren nog steeds hard aan de weg (bijvoorbeeld artikelenreeks in de krant, wandelingen, Dtv, Vrijstaat en vele anderen).

De activiteiten waarop we ons als gemeente Oss binnen de actielijn 'Verhalen' willen inzetten zijn de volgende:

- Vele verhalen komen samen rondom de Maas. Daarom stellen we het verhaal van de Maas centraal en werken we dit uit in een meerjaren aanpak
- Uitbouwen van andere (sub)verhalen: bijv. via jaarlijkse keuze voor 1 extra thema
- Ontsluiting van verhalen via fysieke beleving (openstelling, virtuele beleving)
- Ontsluiting van verhalen via stimulering van route-gebonden recreatie: ontwikkeling en (online) ontsluiting van themaroutes
- Verhalen van inwoners als ambassadeurs voor R&T (samenwerking met DatisOss)

Ondernemers en andere organisaties vragen we om actief deze actielijn te ondersteunen:

- Bijdragen aan de ontwikkeling van de verhalen
- Vertellen van de verhalen naar de (potentiële) doelgroepen via de eigen beschikbare kanalen
- Bereidheid om te investeren in onder andere training/opleiding

Actielijn Promotie

Deze actielijn draait om het laten landen van de verhalen en het bekendheid geven aan het product.

Bij promotie gaat het om (potentiële) gasten/bezoekers te informeren, te inspireren en te activeren.

Daarbij is er sprake van een 'natuurlijke' rolverdeling tussen overheid en bedrijfsleven.

- Bedrijven zijn verantwoordelijk voor het aantrekken van bezoekers/gasten: alleen en/of als collectief. De nadruk ligt op activiteiten namelijk zorgen voor boekingen, omzet.
- De gemeente staat aan de lat voor profilering als aantrekkelijk woon- en leef- en recreatiegebied. Dit is onderdeel van de bredere citymarketing. Hier ligt meer het accent op het informeren.

Gemeente



De scheiding is in de praktijk minder scherp. Ook het bedrijfsleven moet gasten informeren en inspireren om tot boekingen te komen. En de gemeente wil ook het gebruik van haar voorzieningen stimuleren/activeren. Daarnaast functioneren er ook specifieke promotie-organisaties. De dienstverleningsovereenkomst met VVV NOB wordt gefaseerd beëindigd. De samenwerking met Visit Brabant wordt verstevigd. Voorzien is dat op termijn in het Uit-huis een R&T informatiepunt komt. Er wordt gewerkt aan een tussentijdse invulling in combinatie met andere streekgebonden functies. In Megen en Ravenstein fungeert een tweetal toeristische informatiepunten (resp. TIM en TIR), die zich inzetten op het gebied van informatieverstrekking, gastheerschap en productontwikkeling. Ze ontvangen hiervoor een bijdrage vanuit de gemeente.

Binnen de actielijn is het primair zaak dat overheid, bedrijfsleven en promotie-organisaties zich binnen de 'natuurlijke rolverdeling' inzetten.

Voor ondernemers betekent dit:

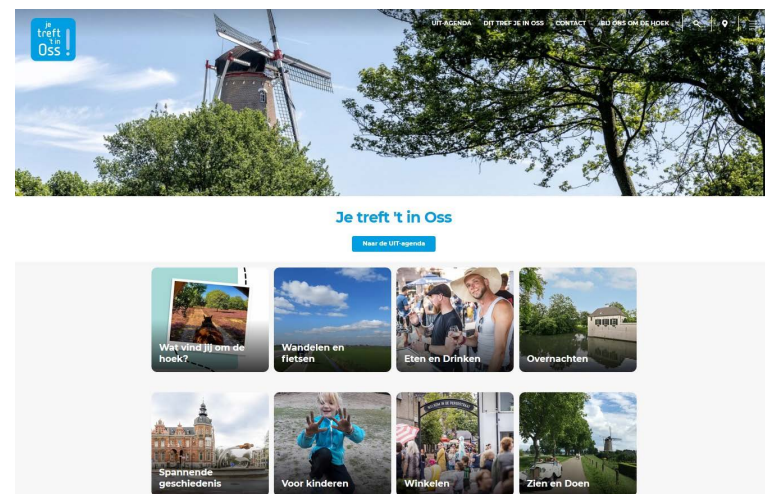
- Promotie en marketing van de eigen bedrijven
- Samenwerking gericht op concrete arrangementen en specifieke doelgroepen
- Doorverwijzing naar elkaar.

Voor ons als gemeente betekent dit het volgende:

- Betere profilering van de gemeente Oss door afstemming van de websites R&T en citymarketing.
- Visie op de Recreatief-toeristische informatievoorziening na beëindiging van de samenwerking met VVV NOB. Daarbij gaat het om de verkenning van positie van R&T in het nieuwe Uithuis. Maar ook nemen we daarin mee hoe TIR en TIM in dit totaalbeeld passen, de rol van vrijwilligers in het recreatief-toeristisch werkveld.

Vraag is vervolgens waar overheid en bedrijfsleven elkaar binnen deze actielijn kunnen versterken en aanvullen. Als gemeente Oss zien we de volgende mogelijkheden:

- Faciliteren van collectieve ondernemersinitiatieven met name als er ook draagvlak is in de aangrenzende gemeenten.
- Het ontsluiten van elkaars informatie/content. Dit betekent bijvoorbeeld aan de ene kant dat Trefhetinoss up-to-date en actueel moet zijn met bedrijfsinformatie en dat aan de andere kant bedrijven gevraagd worden alert te zijn op een betere ontsluiting van R&T-informatie op websites van de bedrijven (bijv. link naar Trefhetinoss.nl)
- De verdere ontwikkeling en promotie van Trefhetinoss. Trefhetinoss is een gezamenlijk initiatief van gemeente, Maasmeanders en centrumondernemers. De website is gereed en het beheer is verankerd. Nu is het zaak de (online) marketing ervan verder uit te rollen op basis van een gezamenlijk plan. En juist op dit terrein kan door doelgroepkeuze gezamenlijk worden opgetrokken met een heldere rolverdeling tussen bedrijven en gemeente. Ook vraagt de kwaliteit van website meer aandacht voor foto's, film, meertaligheid.



9. Regionale inbedding

Op dit vlak zetten we de deels reeds in gang gezette koerswijzigingen door. De Maashorst blijft een speerpunt, maar is voor het Osse deel (Herperduin) ook als 'verregaand af' te beschouwen. Door de gezamenlijke partijen in de Maashorst is gekozen voor een andere vorm van samenwerking. Deze gaat uit van autonomie van gemeenten met samenwerking op deelgebieden en met de mogelijkheid om verdergaand samen te werken op basis van bilaterale afspraken. Dit krijgt in 2021 vorm. Daarbij is 2021 een overgangsjaar. Onderdeel daarvan is ook de wijze waarop wij de zo belangrijke natuur- en milieueducatie gaan organiseren, een nieuwe invulling van onze eigen Osse ambitie met Herperduin en de gerichte aansluiting op onze bredere ambities voor recreatie en toerisme.

Gelet op de aanwezige verhalen, ondernemersinitiatieven, meekoppelkansen en relaties met aangrenzende regio's ligt de focus op de Maas. We zetten in op een gezamenlijke lobby om de Maas op de kaart te krijgen bij de Provincie Noord-Brabant als een aparte verhaallijn. De invloed van de Maas van oudsher op de ontwikkeling en cultuur(vorming) van Brabant en de recreatief toeristische potentie rechtvaardigen naar onze mening die prominente aandacht.

Met de beëindiging van de dienstverleningsovereenkomst met VVV NOB zetten we ook niet meer in op de gezamenlijke marketing van de regio Noordoost-Brabant (het werkgebied VVV NOB). De ervaringen leren dat het tot op heden niet gelukt is om dit gezamenlijk als een samenhangende regio in de markt te zetten. We richten ons veel meer op gelegenheidsverbanden op basis van verhalen, meekoppelkansen, routestructuren, campagnes (zoals met Visit Brabant, Rivierenland, andere gemeenten in NO-Brabant, ondernemersclubs in de regio, die de intentie hebben uitgesproken om samen te werken).

Daarbij kijken we welke kansen er zijn op product- en projectniveau. Essentieel is dat er aantoonbaar energie zit en draagvlak is voor een regionale inzet. En dan zijn gebiedsgrenzen niet belangrijk. De verhalen, routes en andere marketinginspanningen gecombineerd met draagvlak bepalen de geografische omvang. Waar mogelijk zoeken we de samenwerking met de aangrenzende regio's. Door samen zaken op te pakken blijkt vanzelf of er meer duurzame relaties worden opgebouwd.



10. Duurzaamheid

Oss loopt voorop in het duurzaamheidsbeleid waarbij wordt aangesloten op het concept van global goals¹. Er is er een duidelijk beleidskader ('Duurzaamheidscirkel') en onder de noemer Duurzaam Oss en met het platform 'Globalgoalsoss' worden concrete acties uitgezet. Doelstelling is dat Oss een groene, energieneutrale gemeente is waar het goed leven en werken is.

Recreatie en toerisme dragen hieraan bij:

- Profit: inzet op gezonde bedrijven die weerbaar zijn, die voldoen aan de wensen van inwoners en toeristen, die (fysiek en financieel) voldoende ruimte hebben voor innovatie en (her)-investeringen.
- Planet: landschappelijke inpassing van nieuwe initiatieven; recreatiebedrijven die inzetten op duurzaamheid wat betreft energie, afval, materiaalgebruik. Bijdrage aan de vermindering van de (auto- en vlieg)mobilititeit van inwoners en Nederlanders door realisatie van een sterkere positie van Oss en omgeving in het binnenlands toerisme. Daarnaast zetten we meer in op kwalitatief groen en biodiversiteit. Dit draagt bij aan een grotere aantrekkelijkheid om in het gebied te recreëren.
- People: groei/behoud van banen; aanbod voor mensen met een beperking; versterking van de infrastructuur en beleving van wandelen en fietsen; aandacht voor identiteit van Oss via ontsluiting van erfgoed en verhalen.



¹ globalgoalsoss.nl/oss-weer-de-meest-inspirerende-global-goals-gemeente-van-nederland

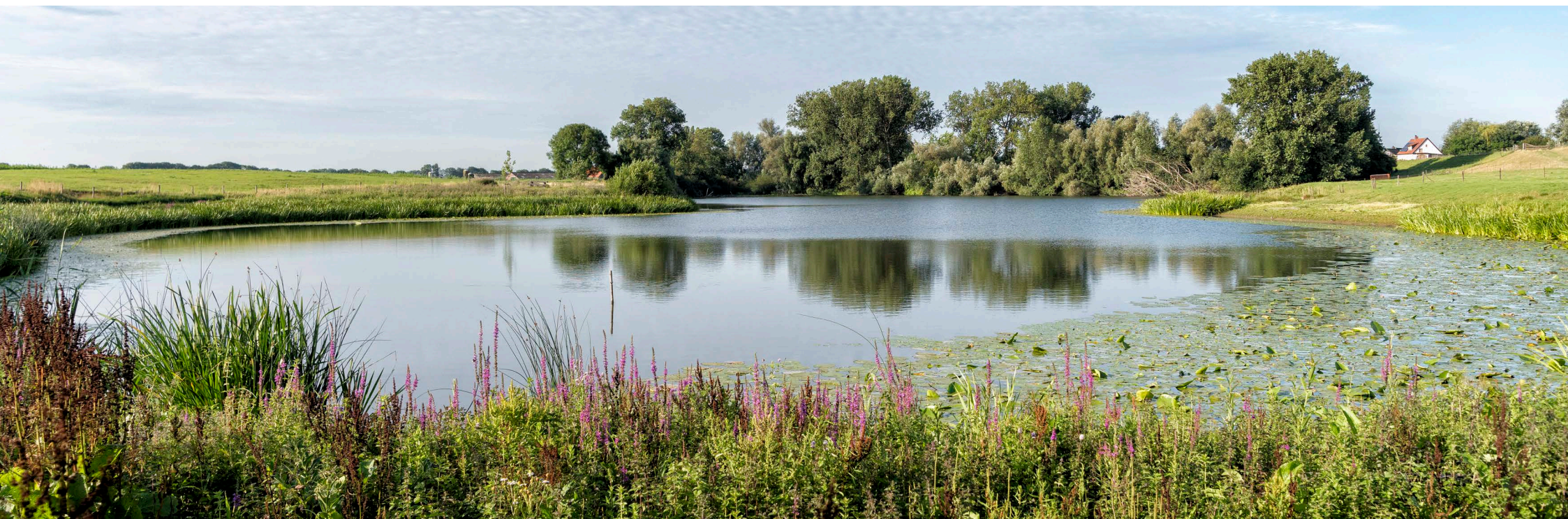
11. Gebiedsvisie

Als gemeente Oss werken we in het kader van de Omgevingswet aan een Gebiedsvisie Buitengebied. Samen met de twee andere gebiedsvisies, stedelijk gebied en levendige kernen, vormt dit het hart van de op te stellen integrale Omgevingsvisie. De visie op Recreatie & Toerisme komt in alle deelvisies terug.

De Gebiedsvisie Buitengebied gaat uit van een zonering van het buitengebied (deelgebieden met accenten op thema's en gebiedsopgaven). De relatie met het thema recreatie en toerisme is tweeledig.

In de eerste plaats in hoe we recreatie en toerisme in de bredere afweging van belangen willen positioneren.

In de tweede plaats biedt recreatie en toerisme kansen om 'de verhaallijnen van het buitengebied' te vertellen via routes (wandelen, fietsen) en beleefplekken in alle onderscheiden deelgebieden. Er liggen volop kansen voor storytelling en routegebonden recreatie. Kortom niet alleen investeren in bedrijvigheid, landschap en natuur, maar ook in de beleving ervan. Aandachtspunt is bij de financiering van kansrijke ontwikkelingen in het buitengebied rekening te houden met de kosten voor het beleefbaar maken van het gebied.



12. Vertaling naar een uitvoeringsprogramma en financiën

Middelen en mankracht bepalen onze slagkracht. We staan er beter voor dan voorheen. De herverdeling van middelen en het op een andere wijze organiseren van onze mankracht bieden meer mogelijkheden om onze ambitie te realiseren.

Mankracht

- Recreatie en toerisme is onderdeel van het Programma Buitengebied onder aansturing van de programmamanager. Daarmee is dit onderdeel strategisch verankerd.
- De beleidsregisseur recreatie & toerisme en erfgoed zorgt voor de verbinding met de uitvoering en voert de regie daarover.
- De omgevingsmanager buitengebied weet wat er in de breedte speelt en is alert op de koppelkansen met de andere beleidsonderdelen.
- Voor de operationele uitvoering organiseren wij extra capaciteit (verbinden, vertellen en verspreiden)

Middelen

Naast de bestaande structurele middelen maken we gebruik van herverdeling van middelen onder andere uit de nieuwe benadering van Maashorst en VVV. We proberen extra middelen te verwerven door nadrukkelijker te zoeken naar 'koppelgelden', bijdragen uit het veld, co-financiering en subsidies. De uitkomst daarvan nemen wij op in de Programmabegroting.

Om tegemoet te komen aan het amendement waarin de gemeenteraad het college opdraagt om de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie te stimuleren en omdat de platformgelden afgebouwd worden en na volgend jaar (€ 10.000,-) vervallen zijn, vragen we een extra stimulerings- en uitvoeringsbudget van jaarlijks € 50.000,- voor de uitvoeringsperiode van deze visie.



Uitvoeringsprogramma Visie Vertellen en Verbinden

	Wat	Wie	Wanneer
PRODUCT			
A1. Benutten koppelkansen Meanderende Maas	Maasbelevingscentrum	G	2021-2023
	Omgevingsmanager (als ogen en oren aanhaken bij stakeholdersoverleg)	G	2021-2023
A2. Route(structuren)	Update panelen wandelroutenetwerk in 't veld	G	2021
	Routebeheer (routebureau Brabant ism landschapsbeheer Oss)	G	2021-2023
A3. Ondernemersinitiatieven	Versterken ondernemerschap: trainingen op specifieke onderwerpen (storytelling, social media, gastheerschap)	S	2021
	Faciliteren initiatieven van ondernemers	G	2021-2023
	Ontmoetingsdag ondernemers (elkaar leren kennen / van elkaar leren)	S	2021
VERHAAL			
A1. Uitwerken verhaallijnen	Verhaallijnen vaststellen en uitschrijven (samen met onder andere het Stadsarchief)	S	2021
	Masterplan verhaallijnen opzetten (hoe rollen we ze uit / waar gebruiken we ze voor). Ieder jaar een ander verhaal centraal.	S	2021
A2. productontwikkeling	Pontjesdagen	S	2021
	Ontdektochten in de Vrijstaat 'Land van Ravenstein'	S	2021
	Jaar van het Brabants Kloosterleven (route/arrangementen)	S	2021
	Zuiderwaterlinie (publieksactiviteiten vrije tijd)	S	2021 – 2023
	Maashorst Events (publieksactiviteiten)	S	2021 – 2023
	Vestigingssteden (verkennen, verbinden en ondersteunen van initiatieven die bijdragen aan het toeristisch recreatief product van de stad)	G	2021 – 2023
	Wandelgids	S	2021 – 2023

PROMOTIE

A1. Website TrefhetinOss.nl	Doorontwikkeling website (meertalig, modules)	S	2021
	Marketing en promotie website (campagnes)	S	2021- 2023
A2 Aansluiten bij initiatieven in en buiten de regio	Meertalige landingspagina Visit	S	2021 – 2023
	Samenwerken met Brabantse Juweeltjes	S	2021
	Samenwerken met RBT Rivierenland	S	2021
A3. Osse organisatie informatie & promotie	Fysiek informatiepunt in het Centrum/Streekwinkel	G	2021 – 2023
	Operationele uitvoeringskracht organiseren	G	2021 – 2023
A4. PR & communicatie r&t	Over producten, acties en activiteiten	S	2021 – 2023

(G=gemeente, S=samen)

We zijn samen met het veld aan de slag met het uitvoeringsprogramma.

We (gemeente en stakeholders) blijven hierover actief in gesprek en passen het uitvoeringsprogramma aan de dynamische omgeving en actualiteiten (waaronder corona) aan.