



Duurzaam uit de Coronacrisis

**Verkenning van de actuele situatie binnen
de vrijetijdseconomie in Zuid-Limburg
en een eerste blik op de toekomst!**

9 april 2020

Door:

**Anya Niewierra,
Algemeen Directeur Visit Zuid-Limburg**

In samenwerking met:

**Leontien Mees
Directeur Maastricht Marketing**



Inhoudsopgave

| | Pagina: |
|---|----------------|
| Management Summary | 3 |
| Introductie | 6 |
| Algemeen: gebrek aan landelijke cijfers voor duiding situatie | 7 |
| Financiële gevolgen Coronacrisis voor Zuid-Limburg | 8 |
| Gevolgen Coronacrisis voor Zuid-Limburg per pijler | 11 |
| Observaties pijler Vergezichten/Landschap | 12 |
| Observaties pijler Vervoer/bereikbaarheid | 16 |
| Observaties pijler Verblijf | 18 |
| Observaties pijler Vermaak | 20 |
| Observaties pijler Verbinders/onderwijs/branches/DMO's | 22 |
| Observaties pijler Verlieders (DMO's/VVV's) | 23 |
| Observaties pijler Overheden | 24 |
| Na de Lockdown | 25 |
| Hardware nog intact, software beschadigd | 26 |
| Nationale opgave | 27 |
| 1. Deltaplan toerisme | 27 |
| 2. Overeind houden ondernemers | 28 |
| 3. Garanderen slagkracht toeristische gemeenten | 29 |
| 4. Herstel bezoek | 29 |
| 5. Meten = weten: nationale data voor regio's | 30 |
| Regionale opgave | 32 |
| Duurzaam uit de crisis | 32 |
| Taskforce Herstel Vrijtijdseconomie | 32 |
| Bijlage 1: Berekening omzet verlies toerisme Zuid-Limburg | 33 |
| Bijlage 2: Inzicht kostenstromen bij horecabedrijven/hotellerie | 34 |
| Bijlage 3: Bedrijven in de pijler Vermaak in Zuid-Limburg | 36 |



Management summary

1) Zuid-Limburg wordt hard geraakt door corona: € 5,4 miljoen verlies per dag

Sinds 16 maart kampt Nederland met de gevolgen van COVID-19. Vanaf die dag kondigde de overheid een intelligente lockdown af. Deze zal in ieder geval tot 28 april aanhouden. Iedereen werd verzocht zoveel mogelijk thuis te werken en een social distance van anderhalve meter aan te houden. Scholen en horeca sloten hun deuren.

Van alle bedrijfstakken wordt de toeristische sector het hardst geraakt door deze crisis. Zuid-Limburg is de oudste toeristische bestemming van Nederland en economisch erg afhankelijk van het toerisme. Het BBP van het toerisme in Zuid-Limburg ligt fors hoger dan het landelijke gemiddelde. 22.210 inwoners werken direct in onze bedrijfstak (en daar zijn de duizenden ZZP'ers en uitzendkrachten niet bij gerekend). In de heuvellandgemeenten is zelfs tot 33% van onze beroepsbevolking direct werkzaam in de gastvrijheidsindustrie. De economische schade voor Zuid-Limburg tot 28 april berekenen we op meer dan €237 miljoen. Dat is een direct economisch omzetverlies van €5,4 miljoen euro per dag in de toeristische sector. Maar de schade is vele malen groter, want niet alleen de toeristische sector wordt geraakt. Ook bakkers, slaggers, boeren, verenigingen en bedrijven die leveren aan het toerisme verliezen inkomen.

Het is daarom noodzakelijk om zo snel mogelijk met een goed doordacht en breed gedragen herstelloffensief te komen voor Zuid-Limburg. Zodat we, zodra de lockdown (al dan niet gefaseerd) wordt versoepeld, gezamenlijk het herstel effectief kunnen inzetten.

2) Effectief en breed gedragen herstelloffensief o.l.v. het team 'Bestemming Zuid-Limburg 2030'

De coronacrisis heeft tot dusver nog niet onze fysieke **hardware** aangetast. Ons landschap en onze fraaie binnensteden, onze monumenten, onze verblijfsaccommodaties, onze attracties, onze musea, onze routes e.a. zijn er nog gewoon. Echter, onze **software** is wel degelijk beschadigd. Daaronder behoren aanwijsbaar de liquiditeit van onze ondernemers, onze werkgelegenheid, het organiserend vermogen van onze verenigingen, de dynamiek van onze evenementenorganisatoren, de weerbaarheid van onze kunstenaars en artiesten, de financiële slagkracht van onze lagere overheden, ons sentiment over vakanties, onze visie op de medemens en ons consumentenvertrouwen. De regionale herstelloperatie zal zich dan ook in eerste instantie op deze aspecten moeten richten.

Zuid-Limburg heeft de afgelopen anderhalf jaar hard gewerkt aan een integrale visie voor de vrijetijdseconomie: *Bestemming Zuid-Limburg 2030*. Deze brede visie – momenteel in vaststellingsfase bij de zestien gemeenten – bouwt voort op de nationale denklijn 'Waardevol Toerisme' (2019, Raad voor de Leefomgeving), volgt de filosofie van een **Green Destination** en komt voort uit een sterke en collegiale regionale samenwerking. De pijlers van deze visie zijn:

a) Kwaliteit



- b) Verleiden
- c) Beleving
- d) Vernieuwing
- e) Ondernemerschap

Wij adviseren deze visie - met enkele aanpassingen - als basis te laten dienen voor een versnelde herstart van de toeristische bedrijfstak ná de Coronacrisis én wij adviseren dat dit hersteloffensief geleid wordt door de voorzitters van de twee bestuurlijke teams die verantwoordelijk waren voor de opstelling van de visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030*, te weten: Pieter Meekels (Voorzitter Bestuurlijk Overleg Economie) en Toine Gresel (Voorzitter Bestuurlijk Overleg Nationaal Landschap). Samen met Provincie Limburg hebben deze teams immers al bewezen tot daden te kunnen komen met moedige keuzes. De positieve chemie van deze groep moeten we nu opnieuw aanspreken.

3) Vasthouden aan een heldere visie en strategie: duurzaam uit de crisis

Met deze verkenning van de actuele situatie, onze aanbevelingen en de visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030* als basis, kan versneld een uitvoeringsprogramma worden opgesteld. Uiteraard zoeken we daarbij de samenwerking op met partners die op dit moment zowel provinciaal als nationaal in stelling worden gebracht.

Maar het is vooral van belang dat we voor ogen houden waar we voor staan als regio. Dat we ons niet laten leiden door snel, ondoordacht en gretig terug te willen geraken in de tijd van voor de crisis. Wij pleiten dus voor een gestructureerde aanpak, waarbij wij vasthouden aan de kracht van onze regio en de herbezinning op de keuzes die wij het afgelopen jaar tijdens het opstellen van de visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030* hebben gemaakt.

4) Consequenties van dit advies

De gevolgen van de route die wij hier schetsen zijn nu nog moeilijk te overzien. Allereerst is het zaak dat de twee bestuurlijke teams in stelling worden gebracht en opdracht geven om een uitvoeringsprogramma op te stellen waardoor er meer zicht komt op aspecten als planning, resources, randvoorwaarden, aansturing, budget en financiering.

Het zal duidelijk zijn dat wij vanuit onze Provincie en het Rijk middelen nodig hebben om het offensief succesvol in te kunnen zetten. Naast een financiële tegemoetkoming vanuit de overheid, vragen wij het Rijk een aantal majeure maatregelen in te zetten om de crisis te bestrijden. Wij denken dan aan de volgende vijf opgaven die wij hen adviseren op te pakken:

1. Deltaplan toerisme
Samenbrengen van verschillende disciplines in een Taskforce Toerisme onder strakke regie van ministerie
2. Wegnemen liquiditeitsdruk ondernemers (op langere termijn)
Pleitbetuiging KHN en HISWA/Recron
3. Garanderen slagkracht toeristische gemeenten
4. Herstel bezoek vanuit het perspectief van meerdere disciplines
5. Nationale Data Alliantie



DMO's gratis toegang geven tot data voor beleidsvorming, advisering en planontwikkeling

De bovenstaande maatregelen geven ons (en andere regio's en steden in Nederland) de mogelijkheid ons 'full force' te concentreren op ons uitvoeringsprogramma voor een effectief hersteloffensief van ons prachtige Zuid-Limburg.

Anya Niewierra & Leontien Mees

Valkenburg/Maastricht

9 april 2020

Introductie:

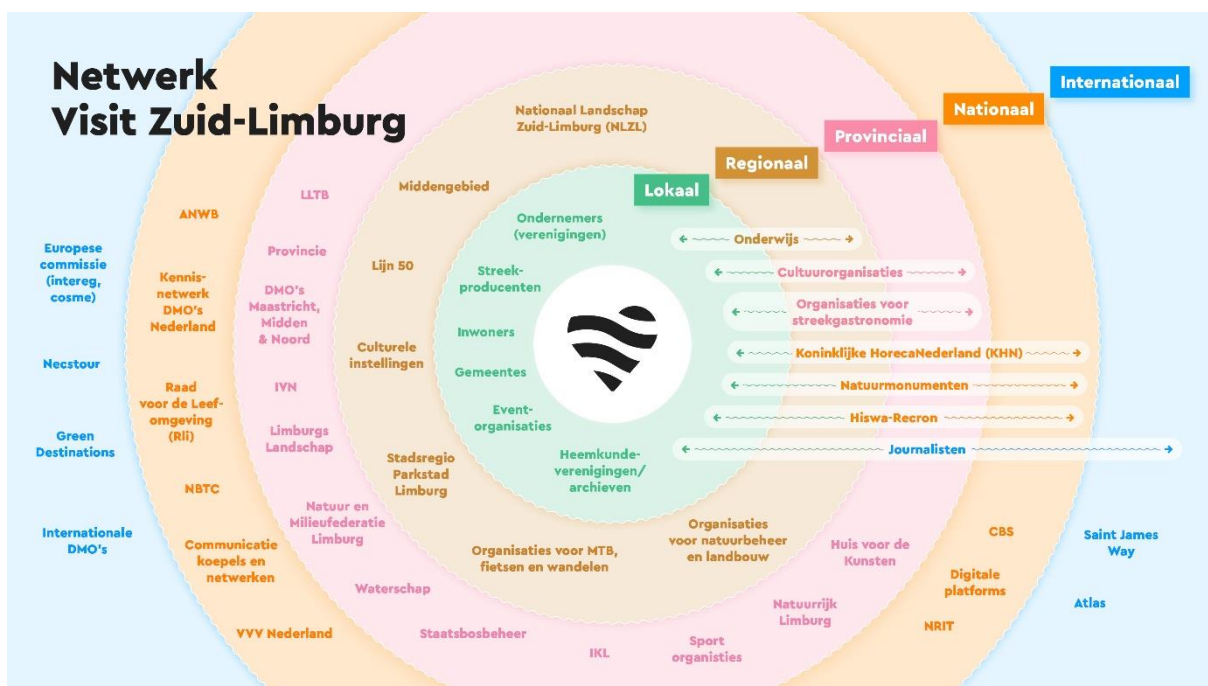
De Coronacrisis woedt nog volop, maar het moment nadert dat ook wij in Zuid-Limburg weer de draad zullen oppakken en samen aan een nieuwe toekomst voor onze regio gaan werken.

Met deze rapportage willen wij alle belanghebbenden bij de vrijetijdseconomie in Zuid-Limburg van informatie voorzien over de gevolgen van de Coronacrisis voor de toeristisch-recreatieve sector in Zuid-Limburg en mogelijke inzichten meegeven voor ons handelen op de korte en de middellange termijn. Ons doel is vooral ook om nu al een samenhangingsgevoel te creëren. Dit is de wetenschap dat we allemaal blauwe plekken en botbreuken hebben opgelopen en dat we alleen **samen** de weg van onze toekomst kunnen vervolgen.

Visit Zuid-Limburg en **Maastricht Marketing** zijn weliswaar de opstellers van deze notitie, maar de vele observaties zijn samen met **Koninklijke Horeca Nederland** en **Hiswa-Recron** verzameld. Ook zijn wij enkele opinieleiders in het toerisme in Zuid-Limburg dankbaar voor hun inbreng en reflectie. Deze enthousiaste meedenkers zitten op verschillende plaatsen in het onderstaande netwerkschema.

Deze notitie is een discussiestuk. Veel weten we helaas (nog) niet, omdat onderzoeksgegevens ontbreken of omdat we met omstandigheden van doen hebben die compleet nieuw zijn. Echter, de lijnen zijn wel zichtbaar. Wat wij hopen, is dat wij u met dit stuk inspiratie en aanzetten kunnen bieden voor een nieuwe toekomst voor ons prachtige Zuid-Limburg.

En natuurlijk: deze analyse is een **momentopname**.





Algemeen: gebrek aan landelijke cijfers voor duiding van de situatie.

Allereerst stellen wij vast dat wij helaas niet (konden) beschikken over enkele relevante data inzake ontwikkelingen binnen de pijlers van de vrijetijdseconomie als gevolg van deze Coronacrisis. Noch bij het **CBS** noch bij het **NBTC/NRIT** zijn -voor zover ons bekend- **relevante** cijfers over de impact op de toeristische bedrijfstak op regionaal niveau voorhanden. Zie: <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/cbs-cijfers-coronacrisis/wat-zijn-de-economische-gevolgen-van-corona-#id=hoeveel-banen-zijn-er-in-de-horeca-cultuur-sport-en-recreatie--0>

Ook data over sentimenten bij consumenten ontbreken. Het **NBTC** heeft per 31 maart wel gemeld dat onderzoek hiernaar wordt opgestart.

Zie: <https://www.nbtc.nl/nl/home/artikel/monitoring-impact-coronavirus-gedrag-bezoekers-.htm>.

Voor deze nota hebben wij derhalve gebruik gemaakt van inzichten over consumentenontwikkelingen die gepubliceerd zijn door landen om ons heen, zoals Visit Vlaanderen en Visit Schotland.

In Nederland hebben vooral de brancheorganisaties **Koninklijke Horeca Nederland** en **Hiswa-Recron** de afgelopen weken voor toeristische duiding relevant onderzoek verricht. Beiden hebben na 15 maart hun bedrijven gevraagd om digitale enquêtes in te vullen.

Visit Zuid-Limburg en **Maastricht Marketing** hebben marktonderzoek niet als taak, maar hebben desalniettemin hun ondernemers uitgenodigd om hun ervaringen te delen. De respons van de gesprekken met deze ondernemers dient mede als input voor de onderhavige rapportage.

Op Limburgs niveau is er in de week van 15 maart een enquête uitgestuurd door de **LWV/MKB Limburg**. Zie: <https://nl.surveymonkey.com/r/VPKBFK2>. De brancheorganisaties KHN, Hiswa-Recron, Maastricht Marketing en Visit Zuid-Limburg werden vervolgens via Provincie Limburg verzocht om deze enquête ook te delen onder hun leden. Echter de LWV/MKB-enquête was vooraf niet afgestemd met de brancheorganisaties KHN en Hiswa-Recron en niet geschikt voor de toeristische bedrijfstak. Er volgden aanpassingen, maar de uitkomsten van deze enquête blijven niet geschikt voor het signaleren van ontwikkelingen binnen de toeristische sector. Ze zijn wel bruikbaar om te kunnen duiden welke steunpakketten wellicht ontworpen kunnen worden voor clusters van bedrijven.



Financiële gevolgen Coronacrisis voor Zuid-Limburg: Direct minimaal € 5,4 miljoen verlies per dag. € 237 miljoen tot 28 april.

Zuid-Limburg is economisch erg afhankelijk van de toeristische economie. Het BBP van het toerisme in Zuid-Limburg ligt fors hoger dan het landelijke gemiddelde. Van alle bedrijfstakken in Nederland wordt de toeristische sector het hardst geraakt door deze Coronacrisis. Daar Zuid-Limburg extreem afhankelijk is van de toeristische sector, is de schade voor onze Zuid-Limburgse economie astronomisch.

De onderstaande berekening toont dit ook:

Visit Zuid-Limburg heeft in 2019 onderzoek gedaan naar de **toeristische bestedingen in Zuid-Limburg per gemeente**. Het onderzoek is uitgevoerd door het bureau ZKA Leisure Consultants. Het rapport is in februari 2020 verschenen en is dus recent.

Volgens deze nota (met meting over het jaar 2019) realiseerde Zuid-Limburg een totale directe omzet van bijna **€ 1,4 miljard, zonder funshoppen en bestedingen van buitenlanders dagtoeristen** in Zuid-Limburg. Er waren in het jaar 2019 namelijk geen landelijke cijfers beschikbaar van buitenlandse dagtoeristen in Limburg. In een eerder jaar lagen deze bestedingen aan funshoppen en uitgaven van **buitenlandse dagtoeristen in Zuid-Limburg rond de € 800 miljoen**. Wanneer we beide cijfers samenvoegen komen we bij een feitelijke omzet van ca. **€ 2,2 miljard op jaarbasis**.

De bovenstaande getallen zijn dus zonder het multiplier effect van de toeristische bedrijfstak die generiek hoog ligt. Immers, het toerisme maakt veel gebruik van *outsourcing*. Dat wil zeggen dat schoonmaak, boekhouding, groen onderhoud e.a. generiek extern worden ingehuurd. Vaak via ZZP formules. Deze bedrijven hebben nu ook geen omzet, omdat er geen werk is. De omzetdrama's die zich aldaar voltrekken zitten niet in de onderstaande cijfers.

Kijkend naar de resultaten uit dit ZKA-onderzoek, dan blijkt dat in Zuid-Limburg in 2019 minimaal **€ 2,2 miljard** werd omgezet in de *harde* toeristische sector. Waarvan:

€ 560 miljoen + € 800 miljoen = € 1.360 miljard bestedingen door dagtoeristen.
€ 804 miljoen bestedingen door verblijfstoeristen.

Uitgaande van deze bestedingscijfers verliest Zuid-Limburg op jaarbasis per dag ongeveer aan omzet:

Verlies per dag € 5,4 miljoen:

Verlies aan bestedingen door dagtoeristen: **€ 3,4 miljoen per dag** uitgaande van 90% omzetverlies.

Verlies aan bestedingen door verblijfstoeristen: **€ 2 miljoen per dag** uitgaande van 90% omzetverlies.

Totaal per dag verlies in harde toerisme zonder multipliereffect: **€ 5,4 miljoen** uitgaande van 90% omzetverlies.



Verlies tussen 15 maart en 28 april, bijna een KWART MILJARD EURO: € 237 miljoen

Wegens verlies omzet door dagtoeristen: **€ 150 miljoen.**

Wegens verlies omzet door verblijfstoeristen: **€ 87 miljoen.**

Totaal: **€ 237 miljoen.**

Jammer genoeg kunnen wij niet berekenen in hoeverre de steunmaatregelen van onze overheid compenseren. Op basis van eerste signalen van onze ondernemers dekt de compensatie maar beperkt het verlies. Bovendien zijn er nog veel onzekerheden bij de regelingen die nu pas in uitvoering gaan.

Verlies banen.

Wij vernemen over het algemeen positieve reacties over de steunpakketten van de Rijksoverheid die er vooral op gericht zijn om de werkgelegenheid te behouden. Dit leidt tot een relatief gevoel van rust bij de medewerkers in de sector. Immers, de NOW regeling zal de werkgelegenheid voor een belangrijk deel beschermen. De vraag is echter hoe de werkgelegenheid op de langere termijn behouden kan blijven en wát de gevolgen zijn voor de grote flexibele schil van de toeristische bedrijfstak.

De bovenstaande verliezen zullen ondanks de maatregelen **gevolgen hebben voor de werkgelegenheid in het toerisme, die nu 22.210 directe arbeidsplaatsen bedraagt** (bron LISA). Bij deze 22.210 directe banen zitten namelijk niet de duizenden ZZP'ers en uitzendkrachten die bij de toeristische bedrijven werken. Wij beschikken op dit moment helaas nog niet over cijfers t.a.v. de werkgelegenheid die behouden zal blijven. Wel bereiken ons signalen dat de flexibele schil (ZZP'ers en uitzendkrachten) naar huis is gestuurd.

Toelevering ook in nood

Zoals hiervoor reeds geschetst is de toeristische bedrijfstak nauw verbonden met een groot netwerk aan toeleveranciers. Denk maar aan bedrijven zoals Hanos, Sligro, bakkers, slaggers, korte keten boeren, schoonmaak, e.d. Deze bedrijven ervaren door het wegvallen van de economische activiteit in de toeristische kolom eveneens een dramatisch omzetverlies dat niet zichtbaar is in de hierboven gepresenteerde cijfers.

Uitstel investeringen met gevolgen voor bouw en utilitair

Wij vangen signalen op dat toeristische bedrijven hun geplande investeringen als gevolg van de coronacrisis gaan uitstellen. Gezien de enorme omvang van de toeristische sector op het totaal van de economie in Zuid-Limburg hebben deze uitgestelde investeringen (met enkele maanden vertraging) gevolgen voor andere sectoren in onze regio, zoals de bouw en de utilitaire toelevering. Deze bedrijfstakken lijken nu nog door te kunnen werken, maar zullen naar verwachting dus vanaf de winter van 2020/2021 in de problemen komen.

Verder leeft er de vraag of kleine toeristische ondernemers überhaupt nog willen investeren. Immers, als het pensioen waar je jarenlang voor gewerkt hebt in één periode wegvloeit, wat



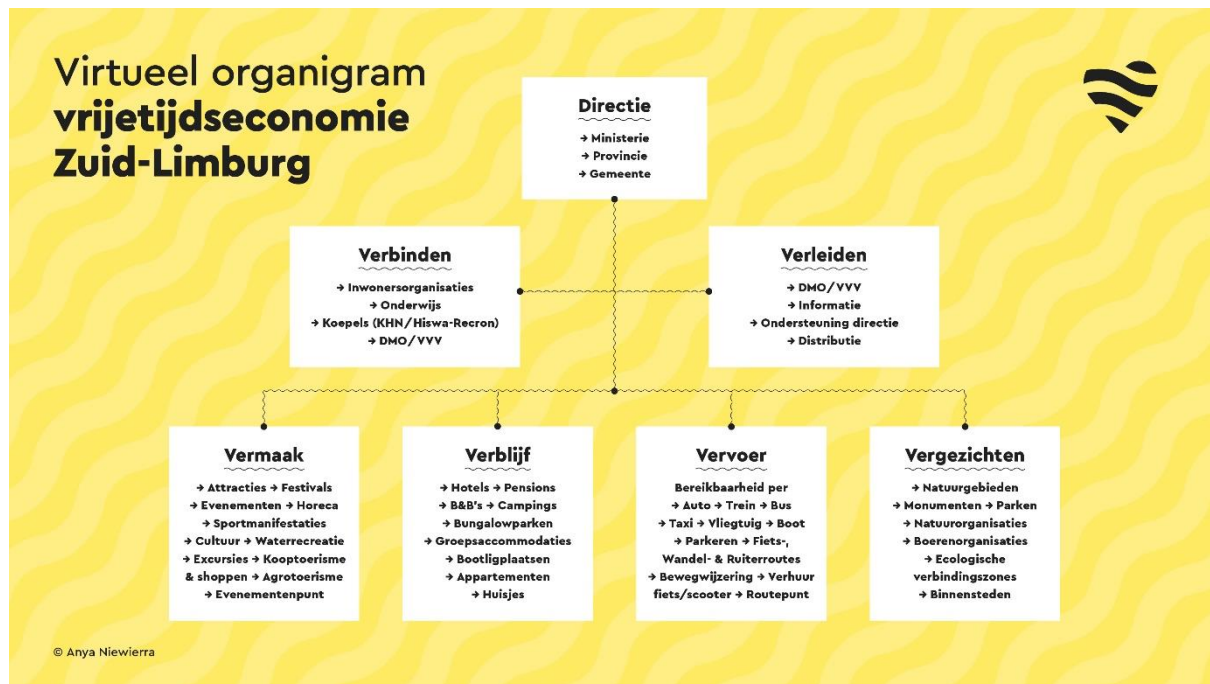
zijn daarvan dan de psychische gevolgen? Ook voor jonge ondernemers die bedrijven van hun ouders zouden overnemen. Wie durft nog risico te nemen?

De psychische gevolgen van deze crisis kunnen een factor van belang worden bij de weg naar het herstel. Dit punt wordt ook besproken in het hoofdstuk 'Na de lockdown'.



Gevolgen Coronacrisis voor Zuid-Limburg per pijler in de vrijetijdseconomie:

Om relevante ontwikkelingen in het toerisme te beschrijven, gebruiken we het onderstaande **schema NV Toerisme Zuid-Limburg met de 6 V's**. Dit is een virtueel organisatieschema van onze bedrijfstak dat toont welke spelers in de vrijetijdseconomie actief zijn en samen *Bestemming Zuid-Limburg* vormen, alwaar 22.210 Limburgers direct werken. Net als bij een normaal bedrijf dienen deze verschillende 'bedrijfsonderdelen' in harmonie met elkaar te zijn.



Uitleg schema NV Toerisme met de 6 V's:

Elke toeristische bestemming is 'gebouwd' op 4 pijlers ofwel 'divisies' die in harmonie met elkaar moeten zijn:

Vergezichten: staat voor het oorspronkelijke aanbod, met bijv. een mooi landschap of een fraaie binnenstad waarin voornamelijk natuurbeheerders, eigenaren van monumenten en de boeren actief zijn. Wanneer het landschap zijn aantrekkingskracht verliest en niet meer wordt onderhouden, verliest een bestemming zijn aantrekkingskracht.

Vervoer: een goede bereikbaarheid én ontsluiting van die bestemming met routes e.d. is essentieel. Een mooi landschap waarin je niet kunt wandelen en fietsen, is toeristisch niet aantrekkelijk. Binnen vervoer zijn uiteraard transportbedrijven actief, zoals busondernemingen en taxi's, maar ook verhuurders van (elektrische) fietsen en scooters.



Verblijf: In de verblijfssector wordt een belangrijk deel van de omzet van een bestemming 'gedraaid'. Hoe langer een gast blijft, hoe gunstiger voor een ondernemer en een regio.

Vermaak: de aantrekkingskracht van een gebied wordt ook gemaakt door de dingen die er te doen en te zien zijn. Deze activiteiten zorgen er ook voor dat gasten langer in de regio blijven en dus meer besteden.

Vervolgens zie je in de staf de verbinders en verleiders:

Verbinden: hier werken de partijen die ervoor zorgen dat de toeristische bedrijven in de 4 pijlers goed kunnen functioneren. Te denken valt aan het onderwijs dat goed personeel moet opleiden, maar ook aan de brancheorganisaties, zoals de Koninklijke Horeca Nederland, Recron en de VVV's die de *linking pin* vormen tussen de duizenden individuele ondernemers en bijv. de overheden. Hier worden de partnerships gesmeed, zowel nationaal als internationaal.

Verleiden: net als bij een groot concern in de reguliere industrie is ook bij een toeristisch bestemming een afdeling actief die zich bezit houdt met o.a. de volgende zaken. De naam van die afdeling is VVV of DMO (*Destination Marketing/Management Organisation*): adviseren en meedenken in het opstellen van de strategie, marketing & public affairs, bestemming merk, kennis & inzichten verzamelen en ontsluiten, stimuleren van duurzaam ondernemen en een podium voor bezoekers met distributie van informatie.

De **directie** door de NV wordt gevoerd door de **overheden**, die feitelijk de ontwikkelingen in een bestemming sturen, reguleren, stimuleren en zorgen voor zonerings. Het besluit tot een *lockdown* door de Nederlandse regering en de gevolgen die direct merkbaar werden in onze sector bewijzen dit.

➤ Observaties pijler Vergezichten/landschap:

Op basis van onderzoek weten we dat ons landschap met de activiteiten die gasten daarin kunnen ondernemen de belangrijkste reden is om Zuid-Limburg te bezoeken. Dit blijkt ook uit onze overnachtingscijfers. Ca. 65% van onze overnachtingen vinden plaats op het platteland. Continuering van het onderhoud van ons landschap en de daarin gelegen monumenten is derhalve belangrijk.

Echter, dit onderhoud komt in gevaar, want ook natuurbeheerders en boeren worden geraakt door deze crisis. Een kort overzicht:

Limburgs Landschap

Limburgs Landschap wordt op verschillende niveaus geraakt door de Coronacrisis.

Exploitatie 'attracties':

Limburgs Landschap exploiteert o.a. de Kasteeltuinen Arcen. Dit park is sinds 15 maart dicht, wat een groot verlies aan inkomsten betekent, terwijl de kosten (onderhoud tuin) natuurlijk doorlopen. Verder liggen ook alle excursies stil. Denk aan de Nato in de Cannerberg en de Curfsgroeve bij Geulhem.

Verhuur horeca:

Vervolgens zijn enkele beeldbepalende monumentale panden van Limburgs Landschap verhuurd aan horecaondernemers die ook sinds 15 maart hebben moeten sluiten. Denk aan Brasserie Nieuw Ehrenstein in Kerkrade, Hotel Elsloo, de Oude Pastorie in Beek en Chateau



Neercanne. Limburgs Landschap heeft noodgedwongen de huur opgeschort, om de liquiditeit van de ondernemers te schragen. Toch is er twijfel of de betreffende ondernemers het redden.

Verhuur verblijfgasten:

In kleinere beeldbepalende monumenten verhuurt Limburgs Landschap zelf vakantiewoningen. Ook hier is sprake van een economisch drama. Vrijwel alles is geannuleerd tot 1 juni. Er wordt geprobeerd om gratis om te boeken naar de zomer en het najaar. Te denken valt aan de volgende locaties: Frankenhofmolen in Vaals, Hoeve Bervej in Cotessen, Wittemermolen in Wittem.

Bovenstaande inkomsten heeft Limburgs Landschap hard nodig voor het onderhoud. Echter, Limburgs Landschap komt voor geen enkele noodmaatregel in aanmerking.

IKL:

In de uitvoering van het landschapsonderhoud en vooral ook de vele educatie- en vrijwilligersactiviteiten die door Stichting IKL worden georganiseerd heeft de organisatie te maken met forse stagnatie en grote vraaguitval. Naar schatting kan op dit moment de helft van de werkzaamheden van IKL geen doorgang vinden. Van het buitenwerk kan naar schatting 75% van de werkzaamheden niet doorgaan. Het houden aan de RIVM normen betekent immers dat er niet met groepen gewerkt kan worden in het landschap en dus ook geen scholenprojecten, cursussen, vrijwilligersnetwerken, etc. kunnen plaatsvinden. Ook veel plantacties (boomfeestdagen, etc.) gaan niet door. Beheerwerkzaamheden kunnen wel doorgaan, maar onder strikte voorwaarden.

Daarnaast is het bij de projectvoorbereiding en landschapsonwerp moeilijk om afspraken te maken met gemeenten en Provincie. Projecten zullen vertraging gaan oplopen.

LLTB:

De boeren zijn belangrijk voor het 'onderhoud' van het landschap, daar zij met hun werkzaamheden mede het aanzien van onze heuvels bepalen. De Coronacrisis heeft daarbij vooral een grote impact op de Multifunctionele landbouw. Onderstaand een overzicht van de stand van zaken bij deze groep boeren:

Boerderijverkoop en korte ketens:

- Boerderijwinkels zijn open. Zij worden gevraagd extra hygiënemaatregelen in acht te nemen, net als de overige maatregelen zoals 1,5 meter afstand. Verder lijkt het erop dat deze winkels meer omzet dan normaal genereren.
- Ondernemers die direct leveren aan de horeca zijn belangrijke afzetmogelijkheden kwijt (ook zelfbereiders). Voor degene die voor een belangrijk deel aan horeca leveren is dit zorgelijk en moeten andere afzetkanalen zoeken om geen derving te krijgen.
- Landelijk gebeurt er veel op het gebied van Korte Ketens. Verschillende initiatieven komen op en lokaal kopen wordt gestimuleerd. Een ondernemer met een verkooppunt zal hier wellicht wat van profiteren, maar niet iedereen.



Boerderijeducatie:

- Alle boerderijeducatie is zijn geannuleerd sinds de sluiting van scholen (16 maart). De verwachting is dat er geen lessen meer voor de zomer gegeven gaan worden. Voorjaar t/m zomervakantie is juist de drukste periode voor educatieboeren.
- Vele jaarlijkse activiteiten waar boerderijeducatie Limburg aan deelneemt (Kom in de Kas, Loeren bij de Boeren, Campina open dag) gaan niet door.

Zorglandbouw:

- In Limburg is, in lijn met het overheidsbeleid en acties van collega zorgaanbieders, sinds 16 maart 2020 alle dagbesteding voor cliënten gesloten. Een uitzondering wordt gemaakt voor die cliënten waarbij het zorg-technisch niet verantwoord is om de cliënt thuis te laten.
- Schatting is dat op dit moment de geleverde dagbesteding op zorgboerderijen met ongeveer 90% afgenomen is. Zorgboerderijen proberen maximaal (na)zorg op afstand te bieden. Er zijn enkele uitzonderingen waar dagbesteding beperkt geboden wordt. Als zorg niet of maar beperkt door kan gaan heeft dit ook financiële gevolgen.

Plattelandstoerisme en recreatie:

- De recreatiesector heeft het zwaar. Hiervoor is er (tot nu toe) geen financiële noodsteun beschikbaar, terwijl de nood hoog is en er veel omzetverlies is. Agrarische recreatie en horeca vallen buiten de vergoeding van de overheid doordat deze bedrijven een agrarische SBI hebben. Hierdoor ondervinden deze bedrijven meer nadeel ten opzichte van de 'reguliere' horeca en logies. Door de verlenging van de maatregelen vervallen inkomsten nu ook voor de belangrijkste periodes voor binnenlandse vakanties: Pasen, meivakantie en Pinksteren. Het voorjaar is hier echt het piekmoment.
- Campings mogen in Zuid-Limburg open zijn, maar het landelijke advies is 'Blijf thuis'. Vanaf de 2^e week maart worden boekingen geannuleerd en er komen geen reserveringen binnen.
 - Tot en met in elk geval 28 april:
 - Eet- en drinkgelegenheden moeten dicht.
 - Gemeenschappelijke was-, toilet- en douchevoorzieningen van campings en vakantieparken zijn gesloten (nieuw besluit 31.03.2020). Hierdoor is het feitelijk alleen mogelijk om caravans en campers (en dergelijke) met privé-sanitair een plaats te bieden.
- Daarbij is het mogelijk dat veiligheidsregio's en gemeentes nog extra maatregelen opleggen. Het kan daarom per plaats verschillen.
- Tevens is er opgeroepen om niet met 3 of meer personen (uitzondering gezinnen) bij elkaar te verblijven en dan enkel met de onderlinge minimale 1,5 afstand. Dit is bij een groepsaccommodatie praktisch nagenoeg niet uitvoerbaar. Groepsaccommodaties dienen daarom t/m 28 april gesloten te blijven.
- Resultaat boekingen: toeristische gasten komen niet, zakelijke gasten hebben geen vergaderingen, beurzen, cursussen en interim klussen meer op afstand, iedereen werkt vanuit thuis. Vele kleinere campings hebben niet de mogelijkheid om het verblijf om te boeken naar het najaar.
- Financiële schade: nog geen duidelijk zicht op, maar €40.000-50.000,- schade voor een individuele ondernemer lijkt niet onrealistisch. Omzetverliezen zullen door de verlenging sterk toenemen.



- Wanneer boekingen niet meer door kunnen gaan door overheidsmaatregelen heeft de gast recht op een vergoeding. Dit kan in de vorm van een voucher, hierdoor blijft het omzetverlies in stand, maar wordt het doorgeschoven naar een periode in de toekomst en worden andere boekingen gemist. Een andere optie is vooruitbetaalde bedragen terugbetalen, maar dit vraagt veel van de liquiditeit van de bedrijven.
- Wanneer boekingen eigenlijk wel door mogen gaan, maar men toch annuleert, hoeft een ondernemer niet terug te betalen, maar in de praktijk wordt dit wel gedaan (of in een vorm van een voucher).
- Dagrecreatie: ook dit ligt nagenoeg stil. Vele activiteiten (vrijgezellenfeestjes, knuffel-een-koef, boerderijbezoek, boerengolf etc.) gaan niet door, waardoor en naast omzetverlies ook wat derving van producten is.
- Vergaderzalen: agrarische ondernemers met vergaderzalen hebben bijeenkomsten tot en met 28 april afgezegd of uitgesteld, waarbij veel boekingen al door klanten werden geannuleerd.

Agrarische kinderopvang

- Voor de agrarische kinderopvang geldt het sluiten van het kinderdagverblijf vanaf maandag 16 maart tot vooralsnog 28 april. Voor kinderen van ouders met cruciale beroepen dient wel opvang geboden te worden.

Natuurmonumenten

Allereerst is Natuurmonumenten natuurlijk betrokken bij het 'managen' van gastenstromen. De organisatie heeft een aparte informatielijn opengesteld inzake Corona en haar natuurgebieden. Visit Zuid-Limburg staat in nauw contact met Natuurmonumenten om qua communicatie gastenstromen goed te kunnen laten doorstromen en inwoners door te verwijzen naar gebieden die minder druk zijn: <https://www.natuurmonumenten.nl/nieuws/update-coronavirus-en-de-natuur>.

De toezichthouders zijn nu 7 dagen per week actief in met name de drukkere gebieden en staan in constant contact met gemeenten, politie en de veiligheidsregio Zuid-Limburg.

Voor de medewerkers van Natuurmonumenten in Zuid-Limburg betekent dit nu vooral veel extra communicatie, online. Sociale media.

Daarnaast wordt Natuurmonumenten net als IKL, Limburgs Landschap en de boeren ook economisch geraakt. De monumenten zoals de Volmolen in Epen, de grotten Noord, grotten Zonneberg en Fort Sint Pieter in Maastricht zijn gesloten: er zijn geen rondleidingen mogelijk dus ook geen inkomsten.

Uit de vakantiewoningen van Natuurmonumenten in Zuid-Limburg komen ook geen inkomsten meer vanwege de annuleringen.



De evenementen zoals het lammetjes kijken op de Brunsummerheide in Heerlen en op de Sint-Pietersberg kunnen niet doorgaan waardoor Natuurmonumenten duizenden bezoekers, leads, inkomsten en ledenwerving mist.

Staatsbosbeheer

Staatsbosbeheer moet zich eveneens houden aan de RIVM richtlijnen inzake 1,5 meter afstanden, hetgeen de werkzaamheden in de natuur beïnvloedt. Men signaleert dat het aanvankelijk erg druk was in met name het Vijlenerbos en het Vaalserbos, maar dat het door de verscherpte maatregelen iets rustiger is geworden. Wat wel opvalt is dat de bezoekers die nu komen zich anders gedragen dan normaal. Boswachters zien mensen recreëren op plekken waar zich kwetsbare natuur bevindt en waar bezoekers dus niet mogen komen. Er worden bovendien fietsers gesignaleerd op wandelpaden en bezoekers houden een picknick en/of een barbecue midden in het bos, hetgeen gevaarlijk is. Er is meer afval en er zijn meer vernielingen. Deze omstandigheden vragen in een latere fase om extra herstelcapaciteit.

➤ Observaties pijler Vervoer / bereikbaarheid

Vervoersbedrijven en verhuurders

De bedrijven die normaliter actief zijn voor de toeristische bedrijfstak zagen hun omzet grotendeels opdrogen. Dat geldt vooral voor verhuurders van (elektrische) fietsen en scooters. Ook zij hebben nu hun toeristische hoogseizoen en genereren geen inkomsten meer sinds 15 maart. Ook taxibedrijven en busondernemingen lijden zware verliezen. Landelijk is er discussie over de positie van deze bedrijven binnen de SBI-codes.

Doorontwikkeling van routes

Herman Wehkamp, coördinator van het Routepunt bij Visit Zuid-Limburg, werkt gewoon door op het hoofdkantoor van Visit Zuid-Limburg aan de diverse projecten waar geen fysiek contact voor nodig is. Te denken valt aan de Beekdaelenroute, Via Belgica, Route des Vins, etc.

Echter, het werk buiten is grotendeels opgeschort.

Mountainbike Routes:

Het onderhoud van de mountainbikeroutes door MOZL is tot 1 juni 2020 stop gelegd, omdat de veiligheid van de vrijwilligers niet meer kon worden gegarandeerd. Dit kan op bepaalde plekken leiden tot gevaarlijke situaties, omdat het gebruik natuurlijk wel door gaat. MOZL heeft ook een oproep uitgestuurd om niet met groepen op pad te gaan en de samenscholingsregels en de 1,5 meter adviezen strikt op te volgen.



Wandelroutes

Het majeure project Knopen Lopen zit in de routing en wordt verder uitgewerkt en bestuurlijk op financiële haalbaarheid besproken.

Het onderhoud van de wandelroutes gaat eveneens gewoon door. Vrijwilligers hebben daarbij nadrukkelijke instructies gekregen om minimaal 1,5 meter afstand te bewaren en niet met meer dan 2 personen te gaan wandelen.

Fietsknooppunten

De controle van de fietsknooppunten is uitgesteld tot augustus. De veiligheid van de vrijwilligers kon namelijk op basis van nieuwe regels van het RIVM niet worden gegarandeerd. Het onderhoud gaat gewoon door.

Marketing routeprojecten door Visit Zuid-Limburg

De productontwikkeling rond routes loopt tot dusver achter de schermen nog gewoon door, ofschoon iets langzamer dan voorzien vanwege het verplichte thuiswerken. Te denken valt aan de Route des Vins, de Krijtroutes, de Limburgse Maasroute, de Kalkbaan booqi Sempelveld, de Booqi Kunstroute Eijsden-Margraten, de stadswandeling Sittard, diverse producten voor Stein. Slechts enkele projecten gaan vanwege externe invloeden vertraging oplopen, zoals de NS wandeling Maastricht-Valkenburg.

Echter, de communicatie is tot 1 juni stil gelegd. Er wordt alleen gecommuniceerd ten dienste van de Veiligheidsregio Zuid-Limburg en ten behoeve van een gedegen opstart.

Nieuwe inzichten over mobiliteit in het Heuvelland door de Coronacrisis

Inwoners (en verblijfgasten) klagen al vele jaren over het toegenomen gemotoriseerd verkeer in het Heuvelland en dan met name de overlast van scheurende motoren. Jarenlang werd gedacht dat deze gebruikers (in meerderheid) toeristen waren. Echter, sinds de uitbraak van de Coronacrisis is duidelijk gebleken dat deze motorrijders voor 99% inwoners uit Zuid-Limburg zélf zijn. Immers, Zuid-Limburg heeft sinds 15 maart vrijwel geen gasten meer. Het wangedrag van deze groep motorrijders leidde er per 8 april 2020 toe dat de Veiligheidsregio met het oog op de veiligheid van de bevolking moest besluiten tot het afsluiten van het zuidelijke Heuvelland voor alle verkeer van buiten met uitzondering van bestemmingsverkeer.

Wij zien in dit wijze besluit van onze Veiligheidsregio een kans om na de Coronacrisis samen met onze overheden en ondernemers de discussie op te starten over deze toegenomen mobiliteit in het heuvelland, die zowel de leefbaarheid van de bevolking schaadt als de toeristische economie die gebouwd is op rust en stilte.



➤ Observaties pijler Verblif

De verblijfssector in Zuid-Limburg is als volgt opgebouwd (capaciteit totaal per 2019, inclusief Echt-Susteren):

| Accommodatietype | Aantal bedrijven | Aantal bedden |
|------------------------------------|----------------------------|---|
| Hotels | 283 | 16.759 |
| B&B's en pensions | 302 | 2.276 |
| Vakantiewoningen in bungalowparken | 13 | 15.638 (met particulieren, zie hieronder) |
| Vakantiewoningen bij particulieren | 430 bedrijven (= woningen) | |
| Groepsaccommodaties | 62 | 1.272 |
| Campings toeristisch en vast | 99 | 6.688 (toeristisch) en 1.212 (vast) |
| Jachthavens | 3 | 171 (passanten) en 1.028 (vast) |
| Totaal | 1.192 bedrijven | 44.016 bedden/slaapplaatsen |

Bron ZKA Bestedingen onderzoek door Visit Zuid-Limburg

| | Nederlanders | Buitenlanders | Totaal |
|------------------------|--------------|---------------|-------------|
| Overnachtingen | 4,8 miljoen | 1,5 miljoen | 6,3 miljoen |
| Gasten die overnachten | 1.549.000 | 537.000 | 2,1 miljoen |

Bron: Trendrapport Toerisme 2018 door Provincie Limburg

Zuid-Limburg is met de bovenstaande cijfers een van de belangrijkste toeristische bestemmingen van Nederland en heeft een hoge overnachtingsdichtheid per km².

Ofschoon de hotels, B&B's, bungalowparken, vakantiewoningen, groepsaccommodaties, campings en jachthavens formeel niet gesloten zijn, was er vóór 15 maart al sprake van annuleringen en is de verblijfssector sinds 15 maart feitelijk stil gevallen. Gasten annuleren massaal en de bezettingspercentages zijn nagenoeg nihil wanneer de dag van aankomst nadert. Tot 1 juni zien wij bezettingspercentages tussen 0% en 10%.

In de week van 6 april hebben Hiswa-Recron, Koninklijke Horeca Nederland, Maastricht Marketing en Visit Zuid-Limburg naar al hun leden een enquête uitgestuurd om de exacte bezetting voor de komende periode te peilen. Dit ook met als doel de Veiligheidsregio van goede cijfers te kunnen voorzien over de te verwachten bezoekersstromen tot aan de zomer.

Landelijk spelen diverse discussies. Hieronder enkele belangrijke punten die Zuid-Limburg specifiek raken:



- **Terugbetaling van ontvangen gelden na annulering door gasten:** daar de accommodaties niet wettelijk zijn gesloten is er een juridisch vacuüm ontstaan over de restitutie van vooruitbetalingen bij met name de vakantiewoningen. Hier wordt veel gewerkt met een aanbetaling ter bevestiging van boeking. Op nationaal niveau vinden hierover besprekingen plaats tussen Gastvrij Nederland (waarin ook de branche organisaties Koninklijke Horeca Nederland en Hiswa-Recron en VVV Nederland zijn vertegenwoordigt) de Rijksoverheid en verschillende boekingsorganisaties. Een voorbeeld: de discussie met Booking.com en alle andere OTA's. (Zie de bijgevoegde brief die vanuit VVV Nederland namens de DMO's in Nederland is verstuurd naar Booking.com over hun annuleringsbeleid.) Gesprekken met OTA's worden tot in Brussel gevoerd via o.a. HOTREC. De Coronacrisis heeft de ongezonde machtspositie van bedrijven als Booking.com bloot gelegd.
Zie: <https://partners.visitzuidlimburg.nl/kennisbank/detail/brief-naar-bookingcom/98653/>
- **Vele kleine verblijfsaccommodaties op het platteland grijpen naast de TOGS compensatieregeling.** Visit Zuid-Limburg heeft hiervoor aandacht gevraagd bij de Staatssecretaris.
Zie: <https://partners.visitzuidlimburg.nl/kennisbank/detail/brandbrief-vszi-voor-ondernemers-aan-minister/98673/>
- **Liquiditeitsproblemen:** Koninklijke Horeca Nederland, Hiswa-Recron en Visit Zuid-Limburg signaleren al bij verschillende ondernemers liquiditeitsproblemen. Ondernemers doen er alles aan om met leveranciers, payroll bedrijven, verhuurders en banken tot regelingen te komen, maar de situatie is chaotisch en de vraag is of de uitbetaling van de gepresenteerde Rijksregelingen nog wel op tijd komen en of deze voldoende zijn. Uit een enquête van Koninklijke Horeca Nederland blijkt dat 40% van de ondernemingen een buffer heeft van maximaal zes weken.

Koninklijke Horeca Nederland en Hiswa-Recron pleiten daarbij voor het volgende:

- Termijn belasting uitstel BSGW verruimen, 3 maanden uitstel is te weinig.
- Belastingen die men niet gebruikt zoals precario- en reclamebelasting niet uitstellen maar afstellen.
- Verhuurders en payrollbedrijven bewegen niet mee. Hier is wettelijke actie op nodig. Koninklijke Horeca Nederland voert lobby.
- OTA's zoals booking.com wettelijk dwingen tot meewerken:
<https://www.khn.nl/nieuws/boekingsite-monopolisten-laten-hoteliere-keihard-vallen-in-corona-crisistijd>
- Landelijke steun maatregelen zijn nog diffuus. Sommige groepen vallen buiten de boot (zie hiervoor onder SBI-codes). Dit kan vooral gaan spelen bij vernieuwende 'combinatie' formules waar registraties bij de KvK geen opties voor bieden. De formulieren zijn vanuit ondernemersperspectief bovendien omslachtig en uitkeringen laten lang op zich wachten. Naast de SBI codes bij de TOGV zijn er ook ondernemers die bij de TOZO regeling buiten de boot vallen. Ook de NOW regeling behoeft nog de nodige aanpassingen aangezien het UWV januari als peildatum neemt voor de berekening van de loonsom. Veel toeristische bedrijven hebben geen loonsom of een lage loonsom in



januari gezien het seizoenskarakter van onze bedrijfstak. Koninklijke Horeca Nederland voert gesprekken met minister Koolmees hierover.

- In het algemeen: krediet bij banken kan lang duren. De beloofde versoepeling voldoet (nog) niet aan de verwachtingen.

- **Vergadermarkt in hotels (restaurants, cafés e.a.) is tot stilstand gekomen met ook annuleringen voor de winter**

Vergaderingen/meetings, feesten en partijen in hotels e.a. zijn volledig tot stilstand gekomen. Echter, bedrijven signaleren ook dat bijeenkomsten voor de zomer en winter worden geannuleerd. Wij moeten er rekening mee houden dat dit belangrijke segment binnen onze bedrijfstak in 2020 niet meer zal herstellen, met dito verlies van overnachtingen. Ook voor de toekomst zijn de verwachtingen t.a.v. de corporate meetings somber. Door het verplichte thuiswerken heeft het online vergaderen een enorme vlucht genomen. Verwacht mag worden dat bijeenkomsten tussen teams die op afstand werken in de toekomst ook (meer en meer) digitaal plaats zullen vinden.

➤ **Observaties pijler Vermaak**

De pijler Vermaak met daarin o.a. uit eten, café bezoek (horeca), attracties, cultuur, musea, congressen, kooptoeerisme, excursies, sportmanifestaties (bijv. Amstel Gold Race), agrotoeerisme, festivals (annulering Parade Brunssum) en evenementen kwam per direct nagenoeg tot stilstand op 15 maart jl. Een overzicht met een rubricering van deze bedrijfstypen met aantallen treft u aan in de bijlagen.

De bedrijven en instellingen die actief zijn binnen deze pijler vallen onder verschillende compensatie regelingen. Bijv. voor een erkend museum geldt een andere compensatie dan voor een commerciële attractie. Zoals hiervoor al gemeld, zijn de verliezen binnen deze pijler ongekend. Enkele waarnemingen:

Evenementen

Het evenementenpunt van Visit Zuid-Limburg noteerde tussen 15 maart en 6 april **ruim 300 annuleringen van evenementen**. Een belangrijk deel van deze evenementen zou pas in de zomer (dus na 1 juni) plaats vinden, maar werd toch geannuleerd, omdat het vanwege de coronacrisis niet mogelijk was om sponsors te werven en tot een goede organisatie te komen gezien de moeilijke communicatie met de vrijwilligers (fysiek werkoverleg niet mogelijk).

Een deel van deze evenementen gaat definitief niet door, een ander deel wordt doorgeschoven naar september. Wij voorzien nu als Visit Zuid-Limburg een **congestie aan evenementen in de maand september**. Dit is om meerdere redenen niet gewenst: economisch en qua veiligheid. Wij proberen evenementenorganisatoren ervan te overtuigen om naar de winter te verplaatsen (als mogelijk qua structuur van het evenement) of door te schuiven naar 2021.



Van enkele majeure evenementen, zoals Pinkpop en de Rieu concerten, is nog niet duidelijk of ze al dan niet doorgaan. Deze evenementen zijn erg belangrijk voor de zomerbezetting in Zuid-Limburg.

Horeca

Eet- en drinkgelegenheden zijn zwaar getroffen door de Coronacrisis. Bedrijven worstelen vooral met hun liquiditeit. Koninklijke Horeca Nederland in Zuid-Limburg signaleert dat er vanaf 16 maart sprake is van 100% omzetverlies bij ondernemers waar men niet mogelijkheid heeft tot afhaal of bezorgen. Jammer genoeg wordt over maart niet gecompenseerd, daar er volgens het Rijk geen sprake is van 100% omzetderiving in deze maand. De onzekerheid is volgens KHN enorm vooral omdat de maatregelen vanuit de rijksoverheid niet te lading dekken, hoe goed ook dat ze er zijn. Onzekerheid over het betalen van facturen / personeel, waarvan nog steeds eens behoorlijk gedeelte zelf moet worden betaald etc. Volgens Koninklijke Horeca Nederland is inmiddels een belangrijk deel van de hotels in Zuid Limburg gesloten en de hotels die nog geopend zijn, hebben minimale bezettingspercentages.

Attracties

Vele attracties in Zuid-Limburg zijn zowel kapitaal- als arbeidsintensief en kunnen dus niet zomaar tijdelijk hun activiteiten staken. Werkzaamheden moeten doorgaan, waardoor de vaste kosten blijven doorlopen. Denk maar aan Mondo Verde en GaiaZoo. Je kunt een belangrijk deel van het personeel van deze bedrijven niet vanaf thuis laten werken of in arbeidsduurverkorting plaatsen, want de dieren moet je eten blijven geven en de planten moet je blijven snoeien. Daarnaast zie je dat deze bedrijven vaak hoge vaste kosten hebben die door blijven lopen. Te denken valt aan energiekosten, onderhoudskosten, legionellaspoelingen, etc.

De regelingen zoals het Rijk ze nu aanbiedt, bieden voor deze bedrijven dus amper hulp.

Een groot zorgpunt van deze groep ondernemers is bovendien dat hun concept -net als bij evenementen- gebouwd is op 'massa', ofwel veel bezoekers die dicht bij elkaar zijn/lopen en die sámen een beleving hebben. Bedrijven ook waar 'wachtrijen' onderdeel zijn van het concept en het bedrijfseconomisch succes. De vraag is daarmee legitiem wát met de traffic bij deze bedrijven gaat gebeuren wanneer de *lockdown* wordt opgeheven. Gaan mensen deze 'mens intensieve' attracties überhaupt nog bezoeken dit jaar (of volgend jaar), gezien de angst die is ontstaan voor de nabijheid van andere mensen na een periode van *social distancing*? De 'zorgeloosheid' die samen gaat met het bezoeken van dit type attracties is immers verloren gegaan. Collectieve smetvrees heeft zijn intrede gedaan.

Belangrijk voor deze bedrijfstak wordt dus vooral het overwinnen van de nieuw gegroeide collectieve angst voor 'de ander' (collectieve smetvrees). Hierin ligt ook een taak van de nationale overheid die met hulp van topdeskundigen uit de **massapsychologie** de perceptie op de omgang met elkaar in een nieuwe richting moeten sturen, na een periode van 'sociale onthouding'.



Culturele sector:

De culturele sector is heel veelzijdig. Met kleine en grote ondernemers. Generiek gezien is er een vergelijkbaar beeld waarneembaar als bij de attracties.

➤ Observaties pijler Verbinders

De brancheorganisaties **Koninklijke Horeca Nederland, Hiswa-Recron, Maastricht Marketing en Visit Zuid-Limburg** staan sinds begin maart in constante verbinding met ondernemers en vormen de communicatieschakel naar de overheden op alle niveaus (Rijk/Provincie/Gemeenten) om zo signalen uit het veld door te geven en daarmee op te komen voor de belangen van de bedrijven in de toeristische kolom.

Op **maandag 23 maart** is ook een gezamenlijk schrijven uitgegaan naar alle relaties in Zuid-Limburg om een eerste beeld te schetsen.

Zie: <https://partners.visitzuidlimburg.nl/kennisbank/detail/branche-organisaties-pleiten-voor-taskforce/98648/>

Input geven aan veiligheidsregio

Op regioniveau, in Zuid-Limburg, staan de brancheorganisaties Hiswa-Recron, KHN en Visit Zuid-Limburg daarnaast in constante verbinding met de **Veiligheidsregio Zuid-Limburg** en proberen via input van signalen uit het ondernemersveld inschattingen te kunnen maken over te verwachten bezoekersstromen.

Ondersteunen ondernemers

Helpdesk brancheorganisaties

Verder rust er een belangrijke informatietaak richting ondernemers bij de 'verbinders'. Hiertoe zijn door de brancheorganisaties landelijke en regionale infotools ontwikkeld:

Zowel Koninklijke Horeca Nederland als Hiswa-Recron hebben een **helpdesk** ingericht waar bedrijven goed worden geholpen en waar veel gebruik van wordt gemaakt:

- KHN: zowel landelijke als regionale steun. De website is openbaar: <https://www.helpdehoreca.nl/> -
- Hiswa-Recron: <https://www.hiswarecron.nl/actueel/corona-helpdesk>

Kennisbank Visit Zuid-Limburg

Om overzicht te behouden over de vele (communicatie) initiatieven rond Corona heeft Visit Zuid-Limburg op 23 maart een kennisbank ingericht alwaar alle relevante berichten over toerisme en Corona worden verzameld en gepubliceerd.

- Visit Zuid-Limburg: <https://partners.visitzuidlimburg.nl/kennisbank/>



Landelijke infopunten

Ook op nationaal niveau zijn er diverse communicatieportals ingericht:

- MKB Nederland: <https://www.mkb.nl/corona-wegwijzer-voor-ondernemers>
- Kamer van Koophandel (<https://www.kvk.nl/corona>)
- VVV Nederland: Kennisnetwerk Destinatie Nederland: een intranet infokanaal voor alle DMO's/VVV's in Nederland.

➤ Observatie pijler Verleiders (DMO's/VVV's)

Visit Zuid-Limburg is op dit moment vooral actief op de volgende domeinen:

Adviseren en meedenken in het opstellen van de strategie:

Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing hebben het initiatief genomen tot het inrichten van een **taskforce toerisme** voor de opstart van de sector ná de Corona crisis. Het onderhavige document kan dienen als een informatiebasis voor de discussie. Een eerste ambtelijke afspraak is gepland voor 14 april. Binnen deze verkennende werkgroep zit een ambtelijke afvaardiging van de 16 Zuid-Limburgse gemeenten, Koninklijke Horeca Nederland, Hiswa-Recron, Maastricht Marketing en Visit Zuid-Limburg.

Podium voor bezoekers met distributie van informatie

De VVV-vestigingen van Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing zijn in de 3^e week van maart gesloten. De informatie wordt nu vooral online verstrekt. De informatieverstrekking is op dit moment vooral gericht op het **overleg met de Veiligheidsregio** en het informeren van inwoners. Belangrijkste doel: congestie voorkomen en ondernemers steunen.

Marketing & public affairs

De wervende campagnes zijn sinds 15 maart stop gezet. Wel treffen Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing **voorbereidingen** voor de periode ná de *lockdown*. Beide DMO's hebben hiertoe intensief overleg op provinciaal en nationaal niveau.

Achter de schermen wordt bij Visit Zuid-Limburg ook doorgewerkt aan:

- De doorontwikkeling en het onderhoud van de routes (zie onder pijler vervoer)
- het bouwen van content voor de DNA-thematisering van de website www.visitzuidlimburg.nl. Focus is daarbij ook op tools die ondernemers in deze fase kunnen steunen, zoals de bestelservice voor restaurants
- de ontwikkeling van kaarten en gidsen (print en online). Zo is de Wegwijzer per 23 maart gereed gekomen. Distributie en lancering is echter pas na de *lockdown*.
- de productie van promotiemateriaal naar de DNA thema's
- het schrijven van visies (onder andere voor de gemeente Beek)
- het participeren binnen diverse (inter)nationale, provinciale en regionale overlegstructuren



- de voorbereidingen voor de organisatie van evenementen met de doorontwikkeling van de evenemententool Tickli met een dynamic pricing module

Deze backoffice activiteiten hebben vooral tot doel om versneld te kunnen opstarten wanneer de beperkende maatregelen worden opgeheven.

➤ Observatie pijler Overheden

Op **nationaal niveau** werkt **het Rijk** vooral aan het managen van de Coronaruitbraak en het opzetten van een structuur voor het compenseren van ondernemers. Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing monitoren samen met Koninklijke Horeca Nederland en Hiswa-Recron deze ontwikkelingen/besluiten voor zover relevant voor onze sector en regio en geeft signalen door aan Gastvrij Nederland, Provincie Limburg of direct aan de staatssecretaris.

Op **provinciaal niveau** wordt binnen het overleg van **Gastvrij Limburg** informatie gedeeld over ontwikkelingen in de verschillende regio's (bestemmingen) binnen onze provincie. Deelnemers in dit overleg zijn Visit Noord Limburg, VVV Midden Limburg, Maastricht Marketing, Koninklijke Horeca Nederland Noord, Midden, Zuid, Hiswa-Recron en Visit Zuid-Limburg. Voorzitter is **Provincie Limburg** (ambtelijk).

Bij de **lokale overheden** is op dit moment veel dynamiek waarneembaar. De **gemeenten** zijn immers uitvoerder van enkele crisisregelingen. Ook staan de gemeenten in direct contact met de Veiligheidsregio én met ondernemers.

De gemeenten zijn ook degenen die de financiële klappen van deze crisis zullen merken. Immers, het verlies van inkomsten uit toeristenbelasting, precario, gemakkelikheden retributie, parkeergelden e.d. zullen met name de toeristische gemeenten op het platteland hard raken. In tegenstelling tot de steden hebben zij geen alternatieve inkomstenbronnen. Er dient een lobby te worden opgestart om Rijksmiddelen voor deze kleine gemeenten beschikbaar te krijgen. Komen die rijksmiddelen er niet dan voorzien wij problemen met het financieren van de strategische (toeristische) infrastructuur op gemeentelijk niveau.

Via de onderstaande link vindt u meer informatie over de communicatie tijdens de gemeenten over de Coronacrisis: <https://partners.visitzuidlimburg.nl/kennisbank/detail/veel-informatie-op-gemeentelijke-websites/98652/>



Na de *lockdown*



Hardware nog intact, software beschadigd

Wanneer we met elkaar de discussie starten over de aanpak van het herstel van onze bedrijfstak ná Corona, is het vooraf belangrijk om te definiëren wát precies hersteld moet worden.

De bovenstaande analyse van onze NV Toerisme leert ons dat onze **HARDWARE** tot dusver nog níét (ernstig) is aangetast. Onze fysieke aantrekkelijkheid is nog gewoon zoals deze ook voor de uitbraak van COVID-19 was. Onze heuvels en onze natuur zijn er nog, onze wegen en routes zijn er nog, onze gebouwen met onze verblijfsaccommodaties zijn er nog, onze attracties en musea zijn er nog, onze binnensteden zijn er nog...

Wat aangetast werd door Corona is onze **SOFTWARE**, ofwel de (liquiditeit van) **ondernemers** die werkzaam zijn in die heuvels en in die gebouwen en de **emoties van consumenten** die onze hardware weer gaan beleven... Wat aangetast is, zijn zaken zoals

- liquiditeit,
- werkgelegenheid,
- het organiserend vermogen van onze verenigingen,
- evenementen
- de weerbaarheid van kunstenaars en artiesten,
- de financiële slagkracht van lagere overheden,
- ons sentiment over vakanties,
- onze visie op de medemens en
- ons consumentenvertrouwen.

De hersteloperatie zal dan ook vooral gericht moeten zijn deze aspecten.

Hardware versus software en de vergelijking met een oorlog

Er wordt in de media regelmatig een vergelijking gemaakt tussen de huidige Coronacrisis en de periode van (Tweede Wereld) oorlog. Deze vergelijking loopt op enkele belangrijke punten mank, vooral in het perspectief van herstel:

- De 2^e Wereldoorlog woedde 5 jaar met een prelude van een depressie die 7 jaar duurde
= De huidige maatregelen rond Corona (*social distancing* e.a.) zullen naar verwachting één jaar duren.
- Na de Tweede Wereldoorlog moest een nieuwe regering worden gevormd na 5 jaar leiding door een buitenlandse bezettingsmacht
= Onze regering functioneert nu gewoon door
- Tijdens de oorlog was een belangrijk deel van de werkzame beroepsbevolking ofwel overleden ofwel verzwakt
= Binnen de werkzame beroepsbevolking is geen sprake van verzwakking
- Tijdens de oorlog was essentiële infrastructuur vernietigd en moest vanaf 1945 opnieuw worden opgebouwd. Te denken valt aan bruggen, rioleringen, watervoorziening, huizen, fabrieken, etc.
= Onze fysieke infrastructuur heeft geen schade opgelopen

Wat wij nu dus zien is dat onze **HARDWARE** (overheid, burgers, infrastructuur) grotendeels (wereldwijd) intact blijft, maar dat onze **SOFTWARE** is aangetast, zijnde onze financiële systemen, de solvabiliteit van ondernemers en zaken zoals het consumentenvertrouwen.



Nationale opgave:

Zoals het organigram NV Toerisme aantoont, kunnen overheden het toerisme letterlijk maken en breken. Voor het herstel van onze sector is dus adequaat overheidsingrijpen essentieel. Dit geldt vooral voor het Rijk.

Wij zien vanuit het perspectief van Bestemming Zuid-Limburg de volgende vijf opgaves voor onze nationale overheid.

➤ **Eerste nationale opgave = DELTAPLAN Toerisme**

Nederland is een van de weinige landen in Europa dat géén minister of staatssecretaris voor toerisme kent. Dit leidt al jaren tot vragen bij de gastvrijheidsindustrie, daar onze bedrijfstak groter is dan de Landbouw die wél een eigen ministerie heeft. Onze nationale koepel 'Gastvrij Nederland' pleit al geruime tijd voor een minister of staatssecretaris voor de gastvrijheidssector.

Verder zien we dat de nationale promotieorganisatie het **NBTC** (nog) redeneert vanuit de (bestaande) netwerken die opgebouwd zijn in de jaren dat ons land vooral actief was op (ver weg) buitenlandse markten en er geen prioriteit lag bij het binnenlandstoerisme. Zuid-Limburg zit niet in het netwerk van het NBTC, omdat wij in het verleden niet gekozen hebben voor marketing op ver weg bestemmingen zoals bijvoorbeeld China en omdat Zuid-Limburg vanuit zijn unieke DNA niet past(e) binnen het klassieke 'Holland' profiel met Amsterdam als vlaggendrager.

Wat wij nu signaleren is dat het NBTC voor het herstel van de binnenlandmarketing weer te rade gaat bij de (oude) netwerken die in het verleden zijn opgebouwd ten behoeve van de buitenlandmarketing. Echter, de wederopbouw van het toerisme in Nederland zal beginnen bij de Nederlanders die Nederland (opnieuw) gaan ontdekken. Het zal immers nog enige tijd (jaren?) duren alvorens de buitenlandse toeristenstromen weer op gang zullen komen. In die zin adviseren wij dat op nationaal niveau aan nieuwe netwerken wordt gebouwd, waarbij nu die bestemmingen in positie worden gebracht die liggen in de periferie van het denken van het NBTC.

ADVIES AAN HET RIJK: wij adviseren onze Regering om voor Nederland een taskforce toerisme in te stellen met daarin vertegenwoordigers uit de 6 pijlers zoals ze hiervoor zijn besproken. Deze taskforce krijgt dan als opdracht om een integraal 'Deltaplan' voor het toerisme uit te werken. Dit plan (met uitvoeringscapaciteit) gaat nadrukkelijk verder dan 'marketing' (= NBTC). Het drama dat zich nu in onze sector voltrekt, vraagt om het samen brengen van verschillende disciplines onder strakke aansturing van het Ministerie. Dit advies is overigens ook aan de staatssecretaris gegeven vanuit het IPO, het interprovinciaal overleg.



➤ **Tweede nationale opgave = overeind houden van ondernemers:**

Op korte termijn zal het herstel van het toerisme hoe dan ook moeten beginnen bij het herstel bij ondernemers. En dat herstel begint primair bij het beschikbaar hebben van de liquiditeit.

Gevraagde maatregelen op landelijk niveau

Bij ondernemers speelt vooral de **liquiditeitsdruk**. Deze hangt met name samen met het feit dat veel ondernemers op korte termijn terugbetalingen moeten doen aan gasten. Niet alle gasten willen daarbij meewerken aan doorboeken naar een andere periode of een **voucherregeling**. Landelijk wordt via de brancheorganisaties met het Rijk overleg gevoerd over een voucherregeling en andere maatregelen inzake versoepeling van terugbetaling van voorschotten aan gasten.

De nationale financiële maatregelen zijn waarschijnlijk onvoldoende om ondernemers te faciliteren. Er zal meer rekening gehouden moeten worden met de hoge vaste kostenstructuur van ondernemers in de vrijetijdseconomie, zie ook het voorbeeld in de bijlage.

Verder signaleren wij diverse **knelpunten bij de nationale financiële maatregelen**. Hierover hebben zowel Visit Zuid-Limburg als de brancheorganisaties al een brief geschreven naar de staatssecretaris. Het betreft met name de TOGS regeling. Hieraan zitten vele beperkingen die vooral de toeristische bedrijven op het platteland hard raken.

Ook zien we dat de aanvullende voorwaarden van banken bij de **BMKB regeling drempels** oproepen. Te denken valt aan de 3,9% afsluitprovisie en een terugbetalingstermijn van 2 jaar i.p.v. 6 jaar. Er is op nationaal niveau een aanpassing nodig van de voorwaarden die banken kunnen stellen.

Verder signaleren wij dat brouwerijen bij de drank verstrekkende horeca (redelijk) meedenken t.a.v. zaken zoals het kwijtschelden of **verminderen van huur**, maar dat dit bij commerciële vastgoed partijen veel lastiger ligt. Wellicht is er nationale wetgeving nodig om deze huurcouance te bereiken.

Ook dient er oog te zijn voor organisaties die een belangrijke rol vervullen bij het in stand houden van de hardware van het gebied, maar die nu **buiten de regelingen vallen**. Te denken valt daarbij aan bedrijven (voornamelijk stichtingen en boeren) die actief zijn binnen de pijler Vergezichten, ofwel in het 'onderhoud' van het landschap.

Tot slot: het is belangrijk om ook zicht te krijgen op de **psychische schade** die (kleine) ondernemers hebben opgelopen. Ons bereiken daarover alarmerende signalen. Sommige (oudere) ondernemers zagen in enkele weken hun pensioen verdampen waar ze een heel leven voor hebben gewerkt. Dit kan effect hebben op volgende generaties. Er kan een collectieve angst voor het ondernemerschap ontstaan, wanneer kinderen die moeten beslissen of ze in de voetsporen van hun ouders willen treden, geconfronteerd worden met de ongrijpbare risico's van dat ondernemerschap.

Gevraagde maatregelen op provinciaal en gemeentelijk niveau

Koninklijke Horeca Nederland en Hiswa-Recron pleiten voor:



- Uitstel BSGW/toeristenbelasting liefst tot eind 2021
- Afstel lokale belastingen waar men nu geen gebruik van maakt zoals reclame-precario, etc.
- Leges vergunningen kwijtschelden
- Veiligheid waarborgen van lege panden
- Herstelondersteuning
- Verdieping in de problematiek van de sector en snellere actie. De toeristische bedrijfstak werd als eerste en ook het hardst getroffen.
- Constante communicatie vanuit gemeente naar ondernemers toe

ADVIES AAN HET RIJK: Focus in nauwe samenwerking met Koninklijke Horeca Nederland en Hiswa-Recron op maatregelen die ondernemers stimuleren om te blijven ondernemen.

➤ **Derde nationale opgave = garanderen slagkracht van gemeenten**

Het zijn vooral de financiële kaders van de lagere overheden in de toeristische bestemmingen van Nederland die door deze crisis hard worden geraakt. Met name de kleine plattelandsgemeenten in ons land zijn zwaar afhankelijk van inkomsten uit het toerisme. Dit geldt bij uitstek voor Zuid-Limburg waar tot 33% van de beroepsbevolking zelfs direct in het toerisme werkzaam is. Onze gemeenten zagen als gevolg van de decentralisaties van enkele Rijksmaatregelen (WMO/Jeugdzorg) de afgelopen jaren hun reserves al slinken en konden vaak alleen nog door het verhogen van belastingen binnen het toeristische veld compensatie vinden.

Deze toeristische gemeenten verliezen nu als gevolg van de Coronacrisis belangrijke inkomsten waarmee zij hun begrotingen op peil kunnen houden en belangrijke investeringen kunnen (blijven) doen in onze sector. Te denken valt aan het onderhoud van wandel- en fietsroutes of investeringen in de openbare ruimte en evenementen.

Er zal vanuit het Rijk dus compensatie moeten komen voor deze kleine (plattelands)gemeenten in toeristische bestemmingen. Komt die er niet, dan voorzien wij een erosie van de fysieke infrastructuur (de hardware dus) met dito vertraging van het herstel.

ADVIES AAN HET RIJK: Compenseer ruimhartig de toeristische (plattelands)gemeenten voor het financiële verlies dat zij lijden door het stagneren van de toeristische economie. Vanuit onze lokale gemeenschappen moeten we immers naar het herstel toegroeien.

➤ **Vierde nationale opgave = herstel bezoek**

Het herstel van het toeristisch bezoek zal op meerdere niveaus gestimuleerd moeten worden waarbij meerdere beleidsdisciplines betrokken dienen te worden.

Vakgebied massapsychologie inzetten

Het toerisme is een mensensector, ofwel de beleving en de vreugde van een ervaring wordt vooral ook gehaald uit de omgang met mensen (dienstverlening, iets samen doen). Zie in deze ook de opmerkingen onder de pijler Vermaak, bij Attracties.



De Coronacrisis met de periode van *social distancing* heeft ongetwijfeld gevolgen voor onze perceptie tot onze medemens en daarmee ook voor ons vakantiegedrag. Immers, vakantie vieren doe je samen en is bij uitstel een activiteit die op plekken wordt gedaan waar andere mensen zijn. Zo bestaan er vrijwel geen restaurants met tafels die 1,5 meter van elkaar afstaan en zo bestaan er geen obers die op afstand borden kunnen wegpakken, om maar een voorbeeld te noemen.

Om te kunnen sturen op de (gefaseerde) opening van onze bedrijfstak na de *lockdown* is het daarom belangrijk om nationaal **het vakgebied massapsychologie** in te schakelen. In die zin dat het Rijk ondersteunt bij het leveren van data en inzichten over percepties van grote groepen personen na een dergelijke pandemie en daarop gaat **sturen!** De vraag is namelijk hoe lang bepaalde (smet)angsten doorwerken in onze samenleving en hoe je daar als toeristische bedrijfstak op moet reageren en over moet communiceren.

ADVIES AAN HET RIJK: Belangrijk voor onze sector wordt het overwinnen van de nieuw gegroeide (smet)angst voor 'de ander'. Wij vragen onze nationale overheid ons met kennis te helpen om zo met hulp van topdeskundigen uit de massapsychologie de perceptie op de omgang met elkaar een nieuwe richting op te sturen, na deze periode van 'menselijke onthouding'.

➤ Vijfde nationale opgave: meten = weten = nationale data voor regio's

Tijdens de gesprekken met de Veiligheidsregio in Zuid-Limburg de afgelopen periode bleek (en blijkt) het moeilijk om tot betrouwbare voorspellingen te komen over de te verwachten bezoekersstromen naar en binnen Zuid-Limburg. Dit hangt samen met het feit dat Nederland als natie de afgelopen jaren onvoldoende prioriteit heeft gegeven aan het verzamelen en duiden van relevante data voor de toeristische bedrijfstak. De afgelopen weken konden noch de brancheorganisaties noch Visit Zuid-Limburg inloggen in een systeem en aldaar cijfers ophalen over aanbod- en vraagontwikkelingen in onze regio. Onze situatie werd nog eens extra bemoeilijkt door het feit dat onze nationale dataverzamelaars verhoudingsgewijs weinig cijfers verzamelen over toeristisch grensverkeer. De data die beschikbaar zijn, moeten bovendien vaak door ons worden ingekocht en zijn dus niet gratis. Dit is vreemd daar wij als DMO een publieke taak dienen.

Voorbeeld: wij pleiten al jaren over goede cijfers over het gebruik van wandel- en fietspaden (hoeveel gebruikers, op welke tijdstippen, waar komen de gebruikers vandaan, etc). De beperkte beschikbare nationale cijfers zijn voor Zuid-Limburg niet bruikbaar vanwege het feit dat achter de grenzen niet wordt gemeten. Door het ontbreken van deze cijfers moesten wij de afgelopen weken gissen naar de aantallen gebruikers op onze wandel- en fietspaden en of het voor deze gebruikers wel of niet haalbaar was om 1,5 meter afstand te houden en dus of het wel of niet verantwoord was om paden/natuurgebieden open te houden.

Sinds kort wordt via de zogenaamde **nationale data alliantie** wel gewerkt aan meer en betere cijfers over toeristen(stromen). Deze 'organisatie' zou in 2020 van start gaan met de eerste projecten. Wat de Coronacrisis ons in deze leerde, is dat het belangrijk wordt dat DMO's zoals



Visit Zuid-Limburg en Maastricht Marketing actief bevraagd worden naar hun behoeften en al op korte termijn **gratis toegang** krijgen tot deze, voor onze beleidsvorming en advisering, relevante data.

De afgelopen weken moesten wij in onze regio tijdens een crisis helaas varen op ad hoc enquêtes die vanuit de branches, Maastricht Marketing en Visit Zuid-Limburg naar onze aangesloten ondernemers werden gestuurd en daarna door ons werden bewerkt. Plus wij maakten gebruik van ervaringscijfers uit het verleden om zaken te duiden. Zo kon Visit Zuid-Limburg de afgelopen weken gelukkig nog profiteren van de cijfers die de organisatie per 20 februari 2020 had gekocht over de bestedingen in Zuid-Limburg na opdrachtverstrekking aan ZKA Leisure Consultants.

ADVIES AAN HET RIJK: organiseer met spoed gratis toegang tot relevante data voor alle DMO's in Nederland.



Regionale opgave

➤ Duurzaam uit de crisis

Visie Bestemming Zuid-Limburg 2030 centraal

Zuid-Limburg zit nu in de fase van het vaststellen van een nieuwe integrale visie voor de vrijetijdseconomie (titel **Bestemming Zuid-Limburg 2030**) door de 16 gemeenteraden van Zuid-Limburg. Deze visie kan rekenen op breed draagvlak in Zuid-Limburg en stoelt op een sterke regionale samenwerking. Daarnaast bouwt de visie voort op de nationale denklijn '**Waardevol Toerisme**', zoals deze in september 2019 is gepresenteerd door de Raad voor de Leefomgeving (de filosofie van een **GREEN Destination**).

De pijlers van deze visie zijn:

1. Kwaliteit
2. Verleiden
3. Beleving
4. Vernieuwing
5. Ondernemerschap

Naar onze mening kan deze visie met enkele aanpassingen als basis dienen voor een versnelde herstart van de toeristische bedrijfstak ná de Coronacrisis.

➤ Taskforce Herstel Vrijetijdseconomie

Wij stellen voor om (wederom) de bestuurlijke taskforce vrijetijdseconomie in te stellen en deze (wederom) te plaatsen onder leiding van **Pieter Meekels** (Voorzitter Bestuurlijk Overleg Economie) en **Toine Gresel** (Voorzitter Bestuurlijk Overleg Nationaal Landschap). Deze twee bestuurlijke teams waren in de periode 2018 – 2020 verantwoordelijk voor de opstelling van de breed gedragen visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030*. Beide bestuurlijke teams evenals de ambtelijke werkgroepen die ondersteunden zijn pas in maart 2020 ontmanteld.

Feitelijk adviseren wij om deze teams weer in stelling te brengen. Immers, deze bestuurlijke en ambtelijke groep heeft in **goede onderlinge harmonie en met wederzijds respect** een breed gedragen en innovatieve visie opgeleverd. Daarnaast zitten alle deelnemers nog in de materie. Dus snel schakelen is mogelijk. Iets wat nu hoge prioriteit heeft.

Met de onderhavige analyse en de visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030* als basis kan dan versneld een **uitvoeringsprogramma** worden opgesteld. Waarbij we allianties zoeken met andere partners die op dit moment zowel provinciaal als nationaal in stelling worden gebracht.

Wij pleiten dus voor een gestructureerde aanpak van deze crisis, waarbij wij vasthouden aan de kracht van onze regio en de herbezinning op de keuzes die wij het afgelopen jaar tijdens het opstellen van de visie *Bestemming Zuid-Limburg 2030* hebben gemaakt. Wij moeten er als regio voor waken dat wij gedreven door de hectiek van het moment niet overgaan tot de strategie van 'een vliegende kraai vangt altijd wat'.



Bijlage 1: berekening omzetverlies toerisme Zuid-Limburg

Berekening omzetverlies toerisme Zuid-Limburg

Verlies door geen dagtoeristen:

Sinds 15 maart zijn vrijwel álle dag toeristische bedrijven en de horeca gesloten en hebben de funshopping winkels vrijwel geen omzet meer. Daar wij op dit moment in ons super hoogseizoen zitten, mogen wij ervan uitgaan dat in de dag toeristische sector in Zuid-Limburg elke dag minimaal 90% van **€ 3,7 miljoen** (= gemiddelde omzet per dag) aan omzet verloren gaat. We calculeren dus nog positief in die zin dat er via creatieve activiteiten nog 10% aan omzet gebleven is binnen het dagtoerisme.

Zijnde € 1.360 miljard per jaar : 365 dagen = € 3,7 miljoen per dag x 90% = **€ 3,4 miljoen**

Tussen 15 maart en 28 april is het omzetverlies bij de dag toeristische bedrijven dus minimaal: 44 x € 3,4 miljoen = **€ 150 miljoen**.

Verlies door geen verblijfgasten:

In de verblijfssector werden al vanaf 6 maart annuleringen geregistreerd en zijn vanaf 15 maart de bestaande reserveringen ook grotendeels weggevallen. Volgens opgave van enkele opinieleiders in de verblijfssector stond sinds 15 maart nog maar tussen de 5% en 10% van de beschikbare capaciteit aan bedden geboekt en werd hoe korter de aankomstdatum naderde nog meer geannuleerd met op meerdere locaties zelfs een bezetting van 0%. Dit ook vanwege 'vrijwillige' sluiting van een belangrijk deel van de accommodaties, omdat een normale exploitatie vanwege de veiligheidsrichtlijnen niet haalbaar is. Dit zijn dramatische getallen in een periode dat Zuid-Limburg normaliter zijn toeristische topseizoen heeft met bezettingspercentages bij veel bedrijven rond de 95%.

Wanneer we het gunstige scenario nemen en ervan uitgaan dat nog 10% van de omzet wordt gerealiseerd door de verblijfgasten, dan verliest Zuid-Limburg tussen 15 maart en 28 april minimaal **€ 87 miljoen** aan omzet. Zijnde € 804 miljoen : 365 = € 2.2 miljoen x 44 x 90% = € 87 miljoen.



Bijlage 2: inzicht in kostenstromen bij horecabedrijven / hotellerie

Hoe zit het met de schade in de horeca?

Om een beeld te krijgen bij de hoogte van de schade bij horecabedrijven waar de gehele omzet is weggevallen of een substantieel deel hiervan, is inzicht in de verlies- en winstrekening met de uit de branche gemiddelde kostenpercentages, noodzakelijk. Om vervolgens te bekijken welke kosten (gedeeltelijk) wegvallen en welke kosten doorlopen.

Winst- en verliesrekening

| | |
|------------------|------|
| Omzet | 100% |
| Personele kosten | 35% |
| Overige kosten | 36% |
| Huur | 12% |
| Afschrijving | 8% |
| Totale kosten | 91% |
| Resultaat | 9% |

Toelichting kosten:

De door de overheid ingezette subsidie op de loonkosten, NOW, dekt 90% van alle personeelskosten, de werkgever heeft daarbij de verplichting om, zolang gebruik wordt gemaakt van deze subsidie, het salaris van de medewerkers tot 100% aan te vullen.

De overige kosten bestaan voor een deel uit kosten van de omzet zoals de inkoop van ingrediënten voor maaltijden, energie, schoonmaakmaterialen, gemeentelijke belastingen, afval, onderhoud en diverse onderhoudscontracten. Een deel van deze kosten vallen automatisch weg door het wegvallen van de omzet, een deel zal gedeeltelijk wegvallen (vaak in onderhandeling met partners) en voor een deel geldt dat deze doorlopen.

Zonder dat de verplichting om huur te betalen verdwijnt, laat de liquiditeit bij vrijwel alle bedrijven het absoluut niet toe om in deze periode de huur te betalen

Afschrijving kan tijdelijk op een laag pitje gezet worden maar voor een langere tijd niet afschrijven betekent dat investeringen later niet kunnen plaatsvinden dan wel uitgesteld dienen te worden.



Concluderend en zonder er exacte getallen aan te kunnen hangen, is het een feit dat de loonkosten voor 10% doorlopen (als percentage van de oorspronkelijke omzet 3%), de overige kosten op een niveau tussen 10-15% van de oorspronkelijke omzet liggen en de huur blijft doorlopen.

Om een gevoel te krijgen bij deze percentages: voor een hotel met 40 kamers met een jaaronzet van € 2 miljoen, betekent dit een gemiddeld verlies per maand van 25% van de originele maandonzet. Dit komt neer op te € 40.000 per maand. Waarbij niet is afgeschreven en het resultaat, vanzelfsprekend, hierin niet is meegenomen en tevens compleet weggevallen is.

Los van de loonsubsidie (NOW) als een gift van de overheid die met name veel rust in de samenleving brengt en op dit moment zorgt voor het behoud van werkgelegenheid, zijn er maatregelen afgekondigd door de overheid en gemeenten die de uitstel tot betaling van belastingen opschort. Echter deze maatregelen nemen niet weg dat de schulden van de bedrijven in enorm tempo stijgen. De vraag wat nodig is om het bedrijf ook na de crisis te kunnen laten voortbestaan, is dan ook een terechte vraag en een terechte zorg.



Bijlage 3: bedrijven in de pijler Vermaak

| Bedrijfstype | Aantal bedrijven |
|---|----------------------|
| Adventure (laag) | 39 |
| Adventure (hoog) | 7 |
| Atelie / galerie | 39 |
| Attracties / dierentuin | 16 |
| Bezienswaardigheden / rondleidingen | 75 |
| Bezoekerscentra | 13 |
| Bioscoop | 9 |
| Bowlen | 7 |
| Casino / amusementscentra | 19 |
| Golf | 11 |
| Musea | 35 |
| Overige sport (exclusief maneges) | 12 |
| Poppodia | 5 |
| Proeverij / workshop | 28 |
| Speeltuinen / (kinder)boerderij | 21 |
| Shopping center / Woonboulevard | 5 |
| Theater | 21 |
| Tuinen en parken | 35 |
| Wandelingen / tochten (exclusief excursies via Visit ZL) | 23 |
| Wellness | 17 |
| Zwembad | 19 |
| Overig (bv. evenementenbureaus, Mecc, Fiets/scooterhuur, Mecc, Megaland) | 25 |
| totaal | 481 bedrijven |