



's-Hertogenbosch



's-Hertogenbosch

---

# Toeristische Visie

# Inhoud

Voorwoord	3
<b>1. Inleiding</b>	4
Urgentie en belang van de toeristische visie	6
Doelen van de toeristische visie	8
<b>2. Over 's-Hertogenbosch</b>	9
De kunst van het samenleven	10
's-Hertogenbosch heeft veel te bieden	11
<b>3. Trends en ontwikkelingen</b>	14
<b>4. Onze visie op toerisme</b>	17
Onze ambitie: iedereen heeft profijt van toerisme	19
Bossche identiteit en kwaliteiten als vertrekpunt	20
Toeristisch aanbod voor de kwalitatieve verblijfsbezoeker	21
<b>5. Van visie naar uitvoering</b>	22
Strategische programmalijnen	23
Twee ankerpunten	25
Ontwikkelen actieplan	26
Bijlage	29

# Voorwoord

Met veel trots presenteren wij de Toeristische Visie 's-Hertogenbosch. Deze visie beschrijft onze ambitie en doelen voor een toekomstbestendige ontwikkeling van het toerisme in onze gemeente. Het weerspiegelt onze gezamenlijke ambitie om onze stad nog mooier, leefbaarder en gastvrijer te maken voor zowel onze inwoners als de vele bezoekers. Dit document dient als kapstok voor ons toeristisch beleid en vormt de basis voor het ontwikkelen van een actieplan en de verbinding met ander beleid dat het toerisme raakt.

Toerisme is belangrijk voor onze gemeente. Het speelt een rol voor de Bossche welvaart en ons welzijn. Toeristische en recreatieve activiteiten zorgen voor sociale contacten, ontmoetingen, nieuwe inzichten en ontspanning. Daarnaast draagt toerisme en recreatie bij aan het behoud en de beleving van cultuur en erfgoed.

's-Hertogenbosch is een populaire bestemming voor toeristen. Het aantal bezoekers groeit en zal naar verwachting in de toekomst alleen maar verder toenemen. Dit heeft impact op onze samenleving. Nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals vergrijzing en duurzaamheid, vragen om een frisse kijk op toerisme. We streven naar een stad waar iedereen met plezier woont en verblijft, waar toerisme in balans is met de leefbaarheid.

We zijn trots op ons verleden en bewegen met de tijd mee. Zoals prachtig verwoord door de laatste winnaar van het Kwekfestijn, hoewel het over Oeteldonk gaat, geldt het ook voor heel 's-Hertogenbosch: "Gij mag best veranderen. Maar laat uw ziel niet zomaar gaan. Koester wat u prachtig maakt. Dan zal de tijd u beter staan." We willen bezoekers laten genieten van alles wat de stad, de dorpen en het buitengebied te bieden hebben en hen verleiden tot een meerdaags verblijf.

's-Hertogenbosch wordt geassocieerd met gezelligheid, winkelen, eten en drinken en een mooie historische binnenstad. Onze beroemde Bossche bollen en het bourgondische leven maken ons uniek. Ook is 's-Hertogenbosch een stad met een rijke historie en een levendige cultuur, waar het bourgondische leven hoogtij viert. Gecombineerd met de Bossche gastvrijheid hebben we een compleet pakket en een sterke troef in handen. En dankzij samenwerking staat onze stad sterk op de kaart. Met 1,8 miljoen unieke dagbezoekers aan de stad per jaar danken wij dit succes aan de inzet van talloze vrijwilligers. Van De Kring en De Blauwe Engelen tot de vrijwilligers in onze musea, sportverenigingen, culturele instellingen en bij evenementen – jullie maken het verschil. Jullie betrokkenheid en toewijding maken 's-Hertogenbosch tot een warme en gastvrije stad.

Deze nieuwe visie kijkt naar de lange termijn en zet in op korte termijn actie, met Den Bosch Partners in een cruciale rol. In onze visie op toerisme werken we de kracht van 's-Hertogenbosch verder uit in de volgende zes programmalijnen: erfgoed voor de toekomst, bewoners profiteren, kwalitatieve verblijfsbezoeker, toerisme van dichtbij, spreiding van toerisme en regionale productontwikkeling. Met de Bossche identiteit en kwaliteiten als vertrekpunt is deze visie een uitnodiging aan partners, ondernemers en inwoners om samen te bouwen aan een toekomst waarin 's-Hertogenbosch een stad blijft waar iedereen zich thuis voelt en waar bezoekers met plezier terugkomen.

Met vriendelijke groet,

Marianne van der Sloot  
Wethouder Toerisme 's-Hertogenbosch



# 1. Inleiding



's-Hertogenbosch is een prachtige bourgondische stad en daar zijn we trots op. Onze inwoners wonen hier met veel plezier en brengen er graag hun vrije tijd door. Onze gemeente is daarnaast een populaire bestemming voor toeristen. 's-Hertogenbosch wordt na de vier grote steden en Maastricht het meest bezocht door bezoekers van buiten de gemeente<sup>1</sup>. Toerisme en recreatie zijn een belangrijk onderdeel van ons leven. Het speelt een grote rol voor de Bossche welvaart en ons welzijn. In 2023 zijn er zo'n 5,2 miljoen toeristische dagbezoeken gebracht aan 's-Hertogenbosch door bijna 1,8 miljoen unieke bezoekers. Het aantal bezoekers is 17% hoger dan in 2022 en weer bijna op het niveau van voor de coronapandemie<sup>2</sup>. Daarnaast levert de sector een belangrijke bijdrage aan ons voorzieningenniveau. Toerisme en recreatie heeft ook effect op andere aspecten als onze leefomgeving, cultuur en erfgoed en onze gezondheid.

### Toerisme; wat verstaan wij daaronder?

Vrije tijd is de tijd die overblijft naast de tijd die men besteedt aan slapen, werken, studeren, huishouden en verzorging. Vrijtijdsactiviteiten kan men binnen- en buitenshuis uitvoeren. Als vrijtijdsactiviteit buitenshuis plaatsvindt spreken we over recreatie. Recreatie kan binnen en buiten de normale leefomgeving plaatsvinden.

Begeeft men zich voor een recreatief motief buiten zijn of haar normale leefomgeving, dan is er sprake van toerisme, of beter gezegd recreatief toerisme. Toerisme kan echter ook plaatsvinden vanuit andere dan vrijetijdsmotieven, zoals werk, gezondheid of bezoek aan familie en kennissen. Toerisme overlapt dus alleen met recreatie (of vrije tijd) als er sprake is van een recreatief motief om zich buiten zijn of haar normale leefomgeving te begeven.

In deze visie hanteren we de term 'toerisme'. Daarmee bedoelen we zowel toerisme als recreatie en hebben we het over toeristen én recreanten, tenzij anders aangegeven. Onder 'normale leefomgeving' verstaan we in deze visie de gemeente waarin iemand woont. 🏠



Bron: Landelijke Data Alliantie - De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030 (2022).

1 NBTC - Toeristisch Bezoek aan Steden 2023 (2024)

2 Economische Monitor gemeente 's-Hertogenbosch (2024)



# Urgentie en belang van de toeristische visie

Toerisme en het aantal toeristische bezoekers aan 's-Hertogenbosch groeien. Toerisme en recreatie is van belang voor onze samenleving en heeft impact op onze welvaart en ons welzijn. Samen met de veranderingen die plaatsvinden, maakt dat het urgent en belangrijk is om het toerisme en recreatie in 's-Hertogenbosch te ondersteunen en te versterken. In het Bestuursakkoord gemeente 's-Hertogenbosch 2022-2026 staat dat we een goede uitgangspositie op het vlak van bezoek en toerisme hebben met onder andere de binnenstad, de omliggende dorpen en de potentie van ons cultuurhistorisch erfgoed zoals Linie 1629: "Onze stevige economische basis koesteren we en willen we verder uitbouwen." Met deze visie zetten we een belangrijke stap om 's-Hertogenbosch als toeristische trekpleister te versterken.

Toerisme zal de komende decennia een veel grotere impact hebben op populaire bestemmingen. 's-Hertogenbosch is een populaire bestemming, in ieder geval op de Nederlandse markt. Het is te verwachten dat de buitenlandse toerist onze stad ook gaat ontdekken. En het is niet verstandig om af te wachten totdat ons dit overkomt. Het is raadzaam om zelf positie te kiezen. Dat doen we met deze visie.

Binnen de toeristische sector is meer behoefte aan samenwerking en afstemming, mede vanwege de complexe uitdaging van het delen van de lusten en lasten van toerisme. Deze visie is gebaseerd op gesprekken en sessies met verschillende ondernemers, vrijwilligers en andere stakeholders, op een enquête onder inwoners over kansen voor toerisme in hun stad, wijken en dorpen en op adviezen van deskundigen.

Met deze toeristische visie kunnen we optimaal profiteren van de waarden van toerisme en recreatie voor onze stad, nu en in de toekomst.



## De waarde van toerisme<sup>3</sup>

Toerisme is een belangrijk onderdeel van ons leven. Het speelt een grote rol voor de Bossche welvaart en ons welzijn.


### Economische waarde

- Toeristen en recreanten zorgen voor bestedingen bij onze ondernemers. De gemiddelde besteding per persoon per bezoek is € 71,30. Vergeleken met 2019 zijn er in 2023 minder bezoeken, maar is de besteding per persoon per bezoek met bijna € 10 gestegen. Het totaal aantal economisch effect bedraagt in 2023 naar schatting ruim € 370 miljoen, net als in 2022. (Economische monitor 2024, Toeristisch bezoek aan Steden).
- Dat zorgt voor werkgelegenheid.
- Toerisme en recreatie zorgt voor draagvlak voor voorzieningen, zoals dagelijkse winkels, horeca en openbaar vervoer.

### Sociale waarde

- Het ondernemen van toeristisch-recreatieve activiteiten zorgt voor sociale contacten, ontmoetingen, nieuwe inzichten en ontspanning wat bijdraagt aan ons welzijn.
- Onze inwoners en bezoekers kunnen worden uitgedaagd om voldoende te bewegen als de openbare ruimte daarop ingericht is. De aanwezigheid van onder andere wandel- en fietspaden en -routes dragen hieraan bij. Maar ook de aanwezigheid van groen, water en recreatieve voorzieningen in de buurt.
- Recreatieve activiteiten in een groene omgeving hebben een positief effect op de mentale en fysieke gezondheid van mensen.
- Recreatieve voorzieningen die aansluiten bij de wensen van de inwoners zijn voor hen direct van waarde en dragen bij aan de keuze voor hun woonbestemming.

### Waarde voor de leefomgeving

- Toerisme en recreatie draagt bij aan het behoud en het beleven van cultuur en erfgoed. Cultuur en erfgoed zorgt voor identiteit en herkenbaarheid van een plek, maar het moet wel beleefbaar zijn. Dat kan door het erfgoed toegankelijk te maken, routes te ontwikkelen langs het erfgoed en de verhalen te vertellen. Dit zorgt voor bijzondere belevingen. Een toeristisch-recreatieve functie van erfgoed kan zorgen voor een bijdrage in de kosten van behoud.
- Onze inwoners en bezoekers recreëren ook graag in het groen, op en rond het water en in de natuur. Ons landschap biedt kwaliteiten die belangrijk zijn voor de leefbaarheid van een plek. Mensen hechten hier veel waarde aan en zorgen zo voor draagvlak voor bescherming en ontwikkeling ervan. 

<sup>3</sup> Eigen bewerking van Centre of expertise Leisure, Tourism & Hospitality – Maatschappelijke Waarde van Toerisme en Recreatie (2021)



# Doelen van de toeristische visie

Deze toeristische visie vormt een kapstok voor onze toeristische koers, de basis voor het ontwikkelen van een actieplan en een verbinding met ander beleid dat het toerisme raakt, zoals beleid op het gebied van economie, evenementen, cultuur, erfgoed, sport, leisure, het uitgaansleven, mobiliteit en ruimte.

Het toerisme groeit. Onze ambitie blijft dat het toeristisch bezoek en -verblijf aan 's-Hertogenbosch blijft groeien. We willen onze gemeente als bestemming toekomstbestendig ontwikkelen, waarbij het bezoek van toeristen bijdraagt aan de welvaart en het welzijn van onze inwoners. We nemen daarbij de Bossche identiteit en kwaliteiten als vertrekpunt. En we versterken het toeristisch aanbod voor de kwalitatieve verblijfsbezoeker. In deze visie geven we hier richting aan.

De visie is een uitnodiging aan onze partners om samen invulling te geven aan de uitvoering aan de hand van zes programmalijnen. De visie vormt de basis voor het ontwikkelen van een actieplan met een ontwikkelkader, aanbodontwikkeling en vraagsturing. Den Bosch Partners speelt een belangrijke rol bij de uitvoering van deze toeristische visie.

Het bouwen en onderhouden van een breed netwerk in de stad en daarbuiten is hiervoor een belangrijke voorwaarde, evenals het opzetten van een passend systeem van onderzoek en monitoring, in aansluiting op onze ambitie om data gedreven te werken.

Daarbij blijven we gebruik maken van de kunst van het samenleven in 's-Hertogenbosch. De inzet vanuit vrijwilligerswerk en in clubs en verenigingen vormt 's-Hertogenbosch en is een belangrijke pijler van 's-Hertogenbosch als populaire bestemming.

De uitvoering van deze toeristische visie bevat ruimtelijke consequenties waar rekening mee gehouden kan worden in de nog te ontwikkelen Omgevingsvisie. Een integrale blik vraagt om ook te kijken vanuit het toeristisch perspectief.





## 2. Over 's-Hertogenbosch





# De kunst van het samenleven

Onze citymarketingorganisatie Den Bosch Partners heeft de merkessentie samengevat in de 'kunst van het samenleven'.

Al honderden jaren zijn we in 's-Hertogenbosch een hechte en sociale gemeenschap waarin we van nature naar elkaar omkijken. We hebben het samen leven tot kunst verheven, wat zorgt voor echte Bossche trots. De kunst van samen leven is echter geen gegeven. Iedere dag zetten we ons in om deze kunst verder te perfectioneren en mee te laten bewegen met de tijd. Met als doel om een betere versie van onszelf te worden.

## Kernwaarden

Onze kunst van samen leven wordt al eeuwenlang voortgestuwd door vier belangrijke waarden die 's-Hertogenbosch haar eigen karakter geven. Samen met de merkessentie vormt dit het Bossche DNA.

### Levenslust: we maken het leuker

Voor een Bosschenaar is vieren het allerbelangrijkste werkwoord. De Bourgondische levenslust stroomt dan ook al eeuwen door ons bloed. De 'Bossche Bol' is daarvan ons bekendste icoon. Wij weten hoe je samen een feestje bouwt en het liefst laten we de slingers het hele jaar hangen. In 's-Hertogenbosch hebben we er zin in.

### Verenigen: we maken het samen

Als rasechte Brabanders voelen we ons in 's-Hertogenbosch verantwoordelijk voor een groter geheel. Verenigen is voor ons een doel op zich. We kruipen graag bij elkaar in talloze clubjes en verenigingen om met elkaar zinvol bezig te kunnen zijn. Het vormt al zolang we bestaan het veerkrachtige sociale weefsel van de stad.



### Verbeeldingskracht: we maken het mooier

Bosschenaren zijn gek op mooie verhalen, voorstellingen en rituelen. Schilder 'Jheronimus Bosch' heeft met zijn prikkelende werk miljoenen mensen geraakt. Deze artistieke kracht inspireert nog steeds en geeft zin aan wie we zijn. Onze liefde voor esthetiek vormt daarmee de basis van ons rijke culturele leven van vandaag.

### Onverzettelijkheid: we maken het sterker

In 's-Hertogenbosch zit onverzettelijkheid. We hebben er onze geuzennaam 'Moerasdraak' aan te danken. Door onze eigenzinnigheid zijn we volhardend en doen we soms wat langer over het maken van keuzes. Maar wat we doen, doen we dan ook goed. Dat maakt 's-Hertogenbosch een stad van evolutie en niet van revolutie. ■



## 's-Hertogenbosch heeft veel te bieden

's-Hertogenbosch valt in de smaak. Niet alleen is het één van de meest bezochte bestemmingen voor dagbezoek; de intentie om binnen twee jaar nog eens een bezoek te brengen aan de stad is 93% en daarmee de hoogste van alle Nederlandse steden. Bovendien wordt 's-Hertogenbosch – na Maastricht – door bezoekers het meest aanbevolen aan bekenden voor een bezoek<sup>4</sup>. De toename van het aantal reizigers is enorm. Niet alleen binnen Nederland, maar ook internationaal. Ook voor zakelijk toerisme is de stad een bourgondische en culturele vluchthaven gesitueerd tussen de Randstad en de Brainport Eindhoven. In 's-Hertogenbosch zien we over de afgelopen jaren ook een toename in het aantal overnachtingen, in 2023 waren dat er 643.298<sup>5</sup>.

Nederlanders associëren 's-Hertogenbosch voornamelijk met gezelligheid, winkelen, eten & drinken, mooie historische binnenstad en cultuur. Daarnaast zijn de Bossche bollen zeer bekend. En niet te vergeten: 's-Hertogenbosch staat haast synoniem voor het bourgondische leven<sup>6</sup>.

### Visie van inwoners

Bijna 6.000 inwoners hebben deelgenomen aan een inwonerspanel over toerisme in 's-Hertogenbosch. Vooral de binnenstad en de historie van 's-Hertogenbosch worden genoemd als iets wat toeristen moeten bezoeken of ervaren<sup>7</sup>.

Gemiddeld ziet een kwart van onze ondervraagde inwoners ook kansen voor ontwikkeling van het toerisme in hun eigen woonomgeving.

In de wijken Binnenstad, Maaspoort en de kern Engelen ligt dat aandeel hoger. Inwoners zien vooral kansen op het gebied van natuur en recreatie, zoals wandelen en fietsen in de (stads)parken en natuurgebieden. Verder worden specifieke plaatsen in de eigen woonomgeving genoemd, zoals de Bolwoningen in Maaspoort of de molen in Vinkel.

Bijna alle respondenten zien de meerwaarde van toerisme voor de stad en de dorpen. Veelgenoemd zijn de positieve effecten op de faciliteiten, zoals de winkelstraten en terrassen, de levendigheid, de sfeer en de veiligheid. De historische meerwaarde van toerisme ziet men in het behoud van erfgoed. Opvallend is wel dat inwoners tot 40 jaar de historische meerwaarde van toerisme minder belangrijk vinden dan mensen die ouder zijn.

4 NBTC – Toeristisch Bezoek aan Steden 2023 (2024)

5 Gemeente 's-Hertogenbosch – Cijfers Toeristenbelasting & Overnachtingen (2024)

6 Glocalities – Bezoek & doelgroepen 's-Hertogenbosch (2023)

7 Gemeente 's-Hertogenbosch – Inwonerspanel Toerisme (2023)

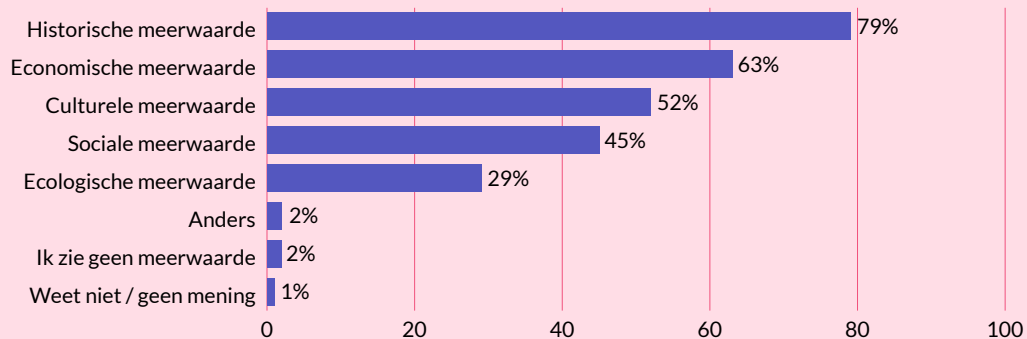




Men ziet de economische meerwaarde van toerisme in de werkgelegenheid of inkomsten van lokale ondernemers. Het behoud van tradities en het organiseren van evenementen geeft een culturele meerwaarde en de sociale meerwaarde bestaat uit het elkaar ontmoeten of iets voor elkaar betekenen.

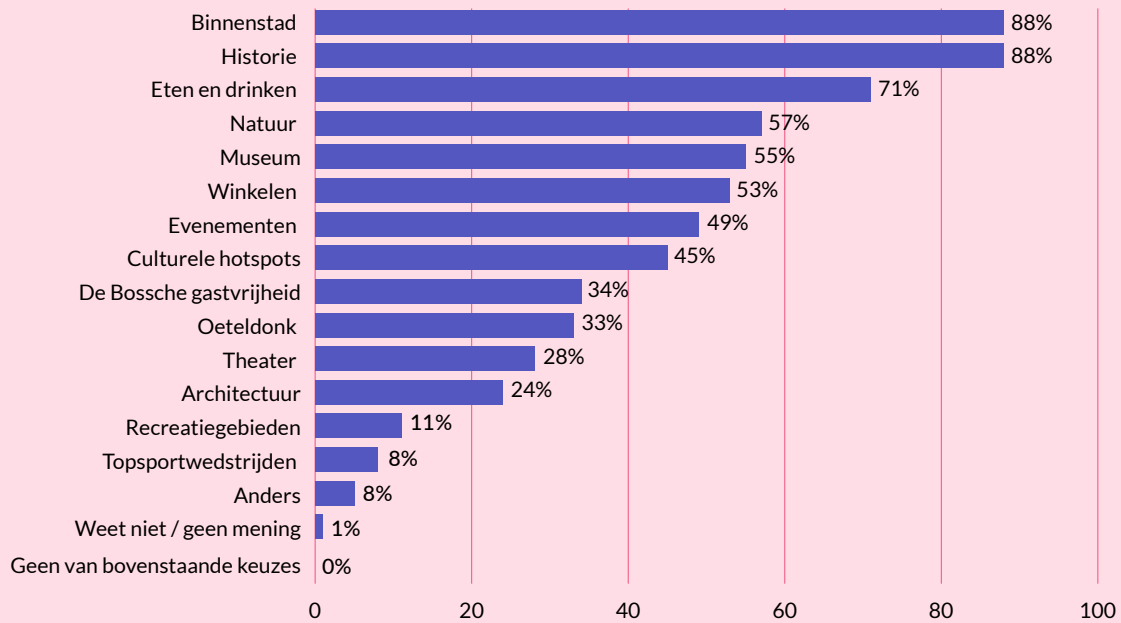
Toerisme kan volgens inwoners op ecologisch vlak iets betekenen door het beschermen van natuurgebieden of het zorgen voor meer biodiversiteit. Slechts een klein deel van de respondenten ziet geen meerwaarde van toerisme in 's-Hertogenbosch. ▀

Afbeelding 2.1: kansen voor toerisme per woongebied



Bron: Gemeente 's-Hertogenbosch - Inwonerpanel Toerisme (2023)

Afbeelding 2.2: Wat zou u mensen die de gemeente bezoeken aanraden om te gaan doen of te laten ervaren?



Bron: Gemeente 's-Hertogenbosch – Inwonerpanel Toerisme (2023)

Afbeelding 2.3: Kansen voor toerisme per woongebied

Woongebied	Vaker genoemde kansen voor toerisme
Binnenstad	Binnenstad, historisch centrum, tramkade, Bossche Broek, Zuid-Willemsvaart, varen/Binnendieze
Zuid	Het Bossche Broek, Oosterplas, Zuiderpark, Zuiderplas
Graafsepoort	Oosterplas, Prins Hendrikpark, IJzeren vrouw, Sportium
Muntel/Vliert	Wandeling, architectuur, Prins Hendrikpark, IJzeren vrouw
Rosmalen zuid	Natuur, fietsen, molen, Maliskamp, horeca, Wamberg, centrum, zandverstuiving, bossen, Coudewater
Rosmalen noord	Groote Wielen, centrum, Driesprong, Maas, Kanaalpark, horeca, fietsen
Groote Wielen	Architectuur, Maas, recreatie, natuur
Empel	Fietsen, Maas, dijk, uiterwaarden
Noord	Heinis, natuur(gebied), wandeling, fort, begraafplaats, historie
Maaspoort	Maas, bolwoningen, wandelen, fietsen, uiterwaarden, Noorderplas
West	Paleiskwartier, architectuur, natuur, Gement, Moerputten
Engelen	Architectuur, fietsen, wandelen, Haverleij, kastelen, Engelenmeer
Nuland	Nulandse heide, natuurgebied, bossen, dorpen, wandelen
Vinkel	Molen de Zwaan, wandelen, fietsen, buitengebied

Bron: Gemeente 's-Hertogenbosch – Inwonerpanel Toerisme (2023)



# 3. Trends en ontwikkelingen





Verskillende trends en ontwikkelingen in onze samenleving hebben effect op toerisme. We zien veranderingen op globale schaal, in Nederland en in 's-Hertogenbosch.

### Macro: hoe verandert toerisme op globale schaal?

- **Duurzaamheid.** Hoewel we als consumenten veel meer reizen zien we aan de andere kant dat er steeds meer bestemmingen de verantwoordelijkheid voelen om daar een verantwoorde rol in te spelen. Welke rol als bestemming pak je hierin op en in hoeverre promoot je planeetvriendelijke keuzes?
- **Vergrijzing.** De bevolking vergrijst in hoog tempo en tegelijkertijd worden we allemaal ouder. Dat leidt tot een groot cohort van nog fitte, energieke en kapitaalkrachtige bezoekers boven de zestig jaar die op zoek zijn naar kwalitatieve vrijetijdsbesteding. Wat moet je als bestemming voor deze groep bieden om ze aan te trekken en hoe ga je zorgen dat dit aanbod ook daadwerkelijk wordt ontwikkeld en gepromoot?
- **Experience.** Naast vergrijzing ontstaat er aan de onderkant ook een geheel nieuwe groep jonge toeristen die anders naar toerisme kijken. Zij zoeken naar beleving en onvergetelijke ervaringen. Zij hebben veel minder met het bekijken van toeristische iconen, maar zoeken juist naar creative tourism, integratie met bewoners en lokale cultuur. Bestemmingen die dit (ook) bieden én digitale vaardigheden zijn en worden de winnaars van morgen.



### Meso: wat zien we voor effecten in Nederland?

- **Samenwerking.** We zien dat er op verschillende niveaus wordt gewerkt aan toeristische acquisitie en productontwikkeling. Landelijke, provinciale, regionale en lokale DMO's, ofwel Destination Marketing Organizations, zijn actief de Duitse en Belgische markt aan het bewerken. Daar komen aanbieders en attracties nog separaat bij. Op Brabantse schaal wordt er al samengewerkt, maar we denken dat hier meer winst te behalen valt.
- **Draagkracht.** Veel steden zoeken naar een juiste balans tussen economisch en maatschappelijk belang. Met de stijgende reisbehoefte zullen meer steden komen die met overtoerisme te maken gaan krijgen. De footprint van toerisme op een lokale samenleving gaat steeds meer een rol van discussie worden. Hoe zorg je ervoor dat toeristische kosten worden meegenomen in toeristische opbrengsten?
- **Brede welvaart.** Langzaam komt er een debat op gang rondom toerisme en brede welvaart. De manier waarop toerisme wordt georganiseerd zou meer ter ondersteuning van voorzieningen en leefbaarheid moeten. Meer gericht op gezondheid en preventie, en met oog voor ruimtelijke kwaliteit en biodiversiteit. Toerisme (en recreatie) gaat een rol spelen in bestemmingsverbetering.



### Micro: welke ontwikkelingen zien we op lokale schaal in 's-Hertogenbosch?

- **Focus.** Een oud adagium luidt 'wie kiest wordt gekozen'. In 's-Hertogenbosch moeten we ons het (over)toerisme niet laten overkomen. We doen er verstandig aan om zelf positie te kiezen en te bepalen voor welke kwalitatieve groepen bezoekers wij aantrekkelijk willen zijn. Daarmee blijven wij zelf 'in control' en kunnen we ons toeristisch product ontwikkelen op de behoeften van deze gekozen bezoekersgroepen.
- **Meerdaags.** We zien dat 's-Hertogenbosch vanwege haar goede ligging een stad is voor dagbezoek, waarbij er relatief veel bezoek uit eigen provincie komt. Uit onderzoek is bekend dat de verhouding in uitgaven tussen een dagbezoeker en een verblijfsbezoeker 1:8 betreft. De toeristische strategie zou dus gericht moeten zijn op meerdaags verblijfsbezoek. Daarvan weten we dat dit op gespannen voet komt te staan met de hotelcapaciteit in de stad. Daarbij maken we gebruik van het logiesonderzoek.
- **Verjongen.** Een veel gehoorde opmerking uit 's-Hertogenbosch is dat er een enorme behoefte is aan verjonging. We zijn goed gepositioneerd voor de wat oudere groepen en dat willen we graag zo houden. In de aanbodontwikkeling van de stad zullen we meer inspanning moeten leveren om ook aantrekkelijk te zijn voor jongere groepen, waarbij we trouw zullen blijven aan onze eigen identiteit. 🍷



## 4. Onze visie op toerisme





's-Hertogenbosch is een prachtige bourgondische stad en daar zijn we trots op. De Bossche gastvrijheid hebben we hoog in het vaandel staan. De geschiedenis van 's-Hertogenbosch heeft een sterke invloed op de stad zoals we die vandaag de dag kennen. Van een middeleeuwse handelsstad groeit 's-Hertogenbosch door naar een moderne stad, rijk aan cultureel erfgoed en iconen.

's-Hertogenbosch is een populaire bestemming voor toeristen. Het aantal bezoekers groeit en zal naar verwachting in de toekomst alleen nog maar verder toenemen. Ook het aantal inwoners van 's-Hertogenbosch gaat nog toenemen. Deze mensen besteden hun vrije tijd ook in hun eigen omgeving, wat extra drukte met zich meebrengt. Als we hier niet op voorsorteren, ontstaat overbelasting en daarmee druk

op de leefbaarheid. Dat zal zich vooral voordoen op de nu al populaire plekken en tijdens populaire activiteiten en evenementen. Bijkomend gevolg is dat het risico op overlast door drukte op deze plekken aanzienlijk stijgt. Nu al wordt er op sommige locaties en sommige momenten overlast ervaren door toerisme. Daarom is actie nodig.

We omarmen daarom de groei van het toerisme. We zoeken naar de juiste balans, waarbij we onze stad en dorpen aantrekkelijker willen maken voor onze inwoners en bezoekers en tegelijkertijd 's-Hertogenbosch ook een fijne plek is en blijft om te wonen, te werken en te recreëren.

#### **In onze visie:**

- willen we dat iedereen profijt heeft van toerisme, waarbij we de positieve effecten maximaliseren en de negatieve impact beperken.
- nemen we de Bossche identiteit en kwaliteiten als vertrekpunt.
- versterken we het toeristisch aanbod voor de kwalitatieve verblijfsbezoeker. ▀



# Onze ambitie: iedereen heeft profijt van toerisme

We maximaliseren de positieve effecten en beperken de negatieve impact.

Het doel is om 's-Hertogenbosch als bestemming toekomstbestendig te ontwikkelen, waarbij het bezoek van toeristen bijdraagt aan de welvaart en het welzijn van onze inwoners. Er moet een ruim aanbod zijn van goed bereikbare en beleefbare voorzieningen dat optimaal aansluit bij de wensen van inwoners en bezoekers. Dat vraagt om voldoende fysieke ruimte, zowel op het land als op en aan het water. Hierbij maximaliseren we de positieve effecten en beperken we de negatieve impact. We willen de juiste personen op de juiste plekken op de juiste momenten.



De opgave is om in te spelen op de toenemende en veranderende vraag van toeristen en recreanten door het aanbod te versterken, te verbinden en goed bereikbaar te maken. Door de bestaande kwaliteiten en ruimtelijke ontwikkelingen te benutten, ontstaat er versterking van het stedelijk en landelijk gebied. ■





# Bossche identiteit en kwaliteiten als vertrekpunt

's-Hertogenbosch heeft de uitstraling en het imago van een bourgondische stad. Gezelligheid, winkelen, eten en drinken, een mooie historische binnenstad, cultuur, monumenten en evenementen bieden een mix die (inter)nationaal aantrekkelijk is voor bezoekers. Ook buiten het stedelijke gebied hebben we veel te bieden. Een aantal noemenswaardige parels zijn De Moerputten, Jheronimus Bosch, Het Bossche Broek, Linie 1629, onze aantrekkelijke waterwegen en plassen, de Rosmalense zandverstuiving en de Vinkelse Molen. Gecombineerd met de Bossche gastvrijheid (en de Bossche bollen) hebben we een compleet pakket en een sterke troef in handen.



De Spoorzone is volop in ontwikkeling en is complementair aan de historische binnenstad, onder andere door zich te richten op een jonger publiek. Nieuwbouw en herontwikkeling van industrieel erfgoed wisselen elkaar af en zorgen voor zowel een modern als een rauw randje. Een geweldige toevoeging op het traditionele aanbod.


Onze ondernemers doen ontzettend hun best om onze inwoners en bezoekers een geweldige beleving te bieden. Daarnaast dragen bijvoorbeeld de culturele instellingen en evenementenorganisatoren hun steentje bij aan de aantrekkelijkheid van 's-Hertogenbosch, de cultuurstad van het zuiden. En absoluut niet te vergeten: de grote vrijwillige inzet van mensen voor de bezoekers maakt ons sterk. ▀

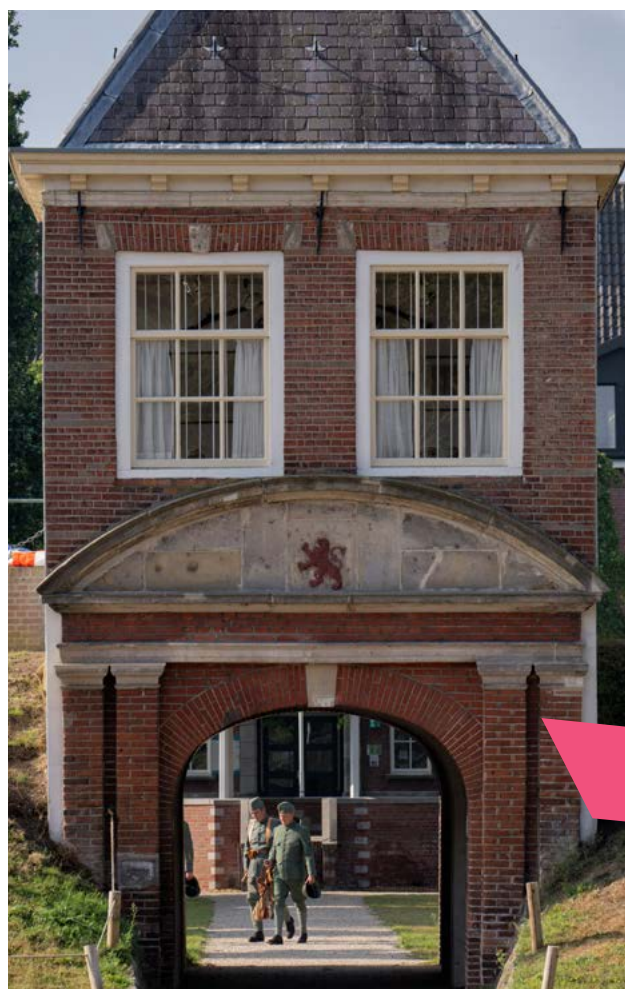
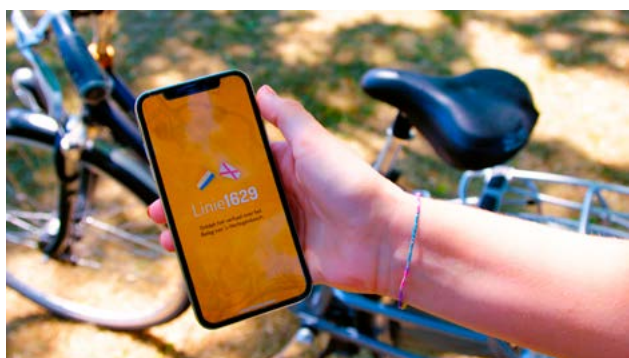


# Toeristisch aanbod voor de kwalitatieve verblijfsbezoeker.

We willen bezoekers laten meegenieten van alles wat 's-Hertogenbosch te bieden heeft. Tegelijkertijd willen we dat onze ondernemers en inwoners profijt hebben van de positieve impact die toerisme kan geven, zowel in de stad, de dorpen als in het buitengebied. Dat betekent dat we 's-Hertogenbosch enerzijds nog aantrekkelijker maken voor bezoekers, maar de stad anderzijds ook een fijne verblijfsplek laten zijn.

We willen bezoekers aantrekken die de stad waarderen op basis van de kwaliteiten die we hebben en toevoegen. We hebben een goede uitgangspositie op het gebied van toerisme met onder andere de (brede) binnenstad, de omliggende dorpen, het landelijk gebied en de potentie van het groen, water en ons cultuurhistorisch erfgoed, zoals Linie 1629.

We bekijken toekomstige ontwikkelingen in onze stad, wijken en dorpen ook vanuit toeristisch perspectief. Op die manier benutten we kansen om ons toeristisch aanbod te versterken en tegelijkertijd de woonomgeving voor onze inwoners aantrekkelijker te maken. 





# 5. Van visie naar uitvoering





# Strategische programmalijnen

Samen bouwen we aan de kathedraal voor het samen leven van morgen. Met de ambitie dat elke Bosschenaar profijt heeft van toerisme. Dat schept verplichtingen en vraagt van een toeristische visie een betere balans tussen (lokaal) maatschappelijk belang en economisch belang. Of anders: hoe draagt toerisme bij aan de brede Bossche welvaart



**We zetten in op de volgende zes programmalijnen:**

## **1. Erfgoed voor de toekomst**

We blijven trouw aan wie we zijn en koesteren ons materieel en immaterieel erfgoed. We kiezen ervoor om hier nieuw erfgoed van deze tijd aan toe te voegen en vervlechten hedendaagse innovaties in tochten en arrangementen. We nemen historische verhalen als uitgangspunt voor fiets-, vaar- en wandelroutes en bezoekbare plekken in de stad en omgeving. Daarin willen we bezoekers helpen het maken van bewustere keuzes, waarmee we ook de negatieve impact op onze eigen leefomgeving laag houden.

## **2. Bewoners profiteren**

We gebruiken toerisme als drijver van ontwikkeling van de stad. Daarmee willen we bereiken dat onze eigen bewoners profiteren van een sterker recreatief aanbod. Daarin staat gezonde en actieve beleving centraal en bieden we nadrukkelijk ruimte voor het beter inzetten en verbinden van onze groene omgeving en aanbod van water, met inachtneming van een goede balans tussen toerisme en recreatie enerzijds en anderzijds natuur, water en het landschap. Wat minder vanzelfsprekende initiatieven en (sport)evenementen bieden potentie en zorgen voor spreiding van toerisme, geografisch en in de tijd. Dit bevordert de sociale cohesie in de wijken, inclusie onder de Bosschenaren en het lokale en regionale ondernemerschap.



### 3. Kwalitatieve verblijfsbezoeker

Als we kunnen kiezen, dan kiezen we voor een kwalitatieve verblijfsbezoeker. We kijken niet naar leeftijd maar naar mentaliteit en attitude. Daarin zoeken we naar groepen die ons culturele en bourgondische profiel zeer bewust als bestemming kiezen en onze stad op duurzame en verantwoorde wijze gebruiken. Daarom hebben we oog voor de zakelijke bezoeker. 's-Hertogenbosch is een aantrekkelijke bestemming voor zakelijk bezoek en er liggen kansen om deze bezoekers ook meerdaags hier te laten verblijven. We willen bezoekers verleiden tot een meerdaags verblijf in 's-Hertogenbosch, het hele jaar door. Daarom streven we naar een passend en verrassend logiesaanbod in de brede zin van verschijningsvormen. Een overnachtingenonderzoek helpt bij het ontwikkelen van logiesbeleid.

### 4. Toeristen van dichtbij

Onze focus ligt op toeristen van dichtbij. We zetten vol in op onze fantastische bereikbaarheid per trein (en auto) en richten ons op een straal van ongeveer 150 kilometer om 's-Hertogenbosch. Dat betekent dat naast de Nederlandse markt, de Duitse en Belgische grensstreek de komende jaren onze volle aandacht gaan krijgen.



### 5. Spreiding van toerisme

Om grip te houden op de toeristische draagkracht van de binnenstad zetten we in op spreiding. Dat kan spreiding zijn in tijd door aanbod te ontwikkelen en te programmeren op minder drukke dagen en tijdstippen. Dat kan ook geografische spreiding zijn, bijvoorbeeld naar de brede binnenstad. Dat betekent dat we energie gaan steken in verdere ontwikkeling van het Paleiskwartier en de Stadsdelta als bestemmingen binnen 's-Hertogenbosch, zonder de historische binnenstad uit het oog te verliezen. Onze stad staat bekend om een rijk en kwalitatief prachtig aanbod van internationaal gerenommeerde festivals en evenementen. Door deze kracht te benutten kunnen we ruimte bieden aan nieuwe en experimentele initiatieven op verrassende locaties en met een unieke ervaring. Ook nieuwe sportevenementen bieden kansen. Naast de brede binnenstad kijken we ook naar kansen in onze dorpen en het buitengebied. We hanteren een 'ja, mits' houding ten opzichte van toeristisch-recreatieve initiatieven die hieraan bijdragen.

### 6. Regionale productontwikkeling

We zetten in op regionale productontwikkeling en bouwen daarmee aan verbinding tussen de stad, dorpen en het landelijk gebied. We maken gebieden (bv. Van Gogh National Park, Loonse en Drunense duinen), andere plaatsen (bv. Eindhoven of Heusden) en bezoekbare plekken rondom 's-Hertogenbosch (zoals de Efteling) onderdeel van het bezoek aan onze stad. We verleiden op die manier bezoekers tot een meerdaags bezoek. We zoeken daarbij actieve samenwerking op kansrijke thema's met relevante partners in de regio, zoals de Zuiderwaterlinie en regio Noordoost Brabant. Op het gebied van promotie en aanbodontwikkeling trekken we op met VisitBrabant, het Routebureau en zoeken we de samenwerking met andere gemeenten op. Bijvoorbeeld door in de regio attractieve fiets- en wandelroutes te ontwikkelen en Brabant en 's-Hertogenbosch als aantrekkelijke fiets- en wandelbestemming te promoten.



# Twee ankerpunten

De keuzes die we maken zijn niet al morgen gerealiseerd. 's-Hertogenbosch is, zoals we al gesteld hebben, de stad van evolutie, dus we nemen onze tijd om dingen goed te doen in plaats van snel te doen.

We kiezen ervoor om twee belangrijke ankerpunten te definiëren.

## 2029: Linie 1629

Onze eerste horizon is 2029. Dit is het jaar waarin we als stad met Linie 1629 stilstaan bij het beleg van 's-Hertogenbosch 400 jaar geleden. Het lijkt ons een mooi moment om aan te grijpen om te laten zien wat we in de komende vijf jaar bereikt hebben.

## 2035: 850 jaar Stadsrechten

De tweede horizon die we plannen is in 2035. Daarvoor maken we in 2029 een nieuw actieplan. In 2035 vieren we dat we 850 jaar in het bezit zijn van stadsrechten. Dat is reden voor een feest en eveneens een moment om te laten zien wat we met de visie hebben bereikt.

Los van dat het mooie ijkmomenten zijn, spelen zowel Linie 1629 als 850 jaar 's-Hertogenbosch natuurlijk ook een belangrijke rol als themajaar in de toeristische propositie van de stad.





A scenic view of a canal in 's-Hertogenbosch. In the foreground, a blue boat with several people is on the water. In the background, a stone bridge with a metal railing spans the canal. The sky is blue with some clouds, and there are trees and buildings on the left side.

## Ontwikkelen actieplan

De Toeristische Visie 's-Hertogenbosch beschrijft onze ambitie en onze doelen voor een toekomstbestendige ontwikkeling van het toerisme in onze gemeente. De vervolgstap na vaststelling van deze visie is het uitwerken naar een actieplan. Daarin beschrijven we onze korte termijn acties met de lange termijn doelstellingen in ons achterhoofd.

De gemeente 's-Hertogenbosch is niet de enige die werkt aan een toekomstbestendige toeristische ontwikkeling. Ook andere partijen dragen hun steentje daaraan bij, ieder op zijn eigen manier en op verschillende schaalniveaus. De ene keer hebben we als gemeente een grotere rol, maar soms is deze ook beperkt.

Door nauwe samenwerking te zoeken met ondernemers en andere partners proberen we zo veel mogelijk invloed uit te oefenen, zonder daarbij over de grenzen van onze taken en verantwoordelijkheden te gaan. We willen een actieve partner zijn die meedenkt en doet. Om onze doelen te bereiken, kunnen we verschillende rollen, instrumenten en sturingsmogelijkheden inzetten.

## Sturingsmogelijkheden op bezoekersstromen<sup>8</sup>

### Sturen op het bezoek aan een bestemming

- Optimaliseren van marketing
  - Doelgroepen herijken en veranderen
  - Herhaalbezoeken bevorderen
  - Identiteit van een bestemming uitdragen (citymarketing)
  - Promotie
- Bereikbaarheid aanpassen
  - Comfort of reistijd naar bestemming aanpassen
  - Anders beprijzen (bijvoorbeeld d.m.v. toeristenbelasting)

### Sturen op faciliteiten voor toerisme

- Vergroten capaciteit en verbeteren kwaliteit
  - Vergroten van capaciteit van verblijfsaccommodaties
  - Vergroten van capaciteit van attracties
  - Vergroten van capaciteit van mobiliteit en infrastructuur
  - Vergroten van capaciteit van natuur
  - Verbeteren van kwaliteit door beheer en onderhoud
- Reguleren van groei
  - Inperken vergroting capaciteit van bepaalde typen verblijfsaccommodaties
  - Reguleren van verhuur van woningen
  - Inperken van fysieke toegang tot bepaalde gebieden
  - Verplichtingen koppelen aan ontwikkelmogelijkheden

### Sturen op compensatie van inwoners

- Compensatie
  - Fysieke compensatie
  - Financiële compensatie
- Vergroten betrokkenheid
  - Betrekken inwoners bij beleid
  - Betrekken inwoners bij sturing

### Sturen op gedrag van bezoekers

- Verleiding
  - Openbare ruimte slim inrichten
  - Gemak van gebruik gewenste alternatieven vergroten
- Bewustwording & voorlichting
  - Inzetten bewustzijns campagne
  - Voorlichting over gebruik van voorzieningen en diensten
- Toezicht & handhaving
  - Beboeten en straffen
  - Inzetten van extra menskracht voor toezicht
  - Inzetten van slimme technologie



### Sturen op toegang en voorzieningengebruik ter plaatse

- Spreiding in tijd
  - Dynamisch beprijzen op tijd
  - Real time informatievoorziening over drukte
  - Regels voor tijdstippen van gebruik
- Spreiding in ruimte
  - Dynamisch beprijzen op locaties
  - Activiteiten ontwikkelen op alternatieve locaties binnen bestemming
  - Real time informatievoorziening over bereikbaarheid
  - Regels opstellen voor specifieke gebieden
- Verleiden naar alternatieve bestemmingen (in de regio)

8 Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur – Waardevol Toerisme (2019)

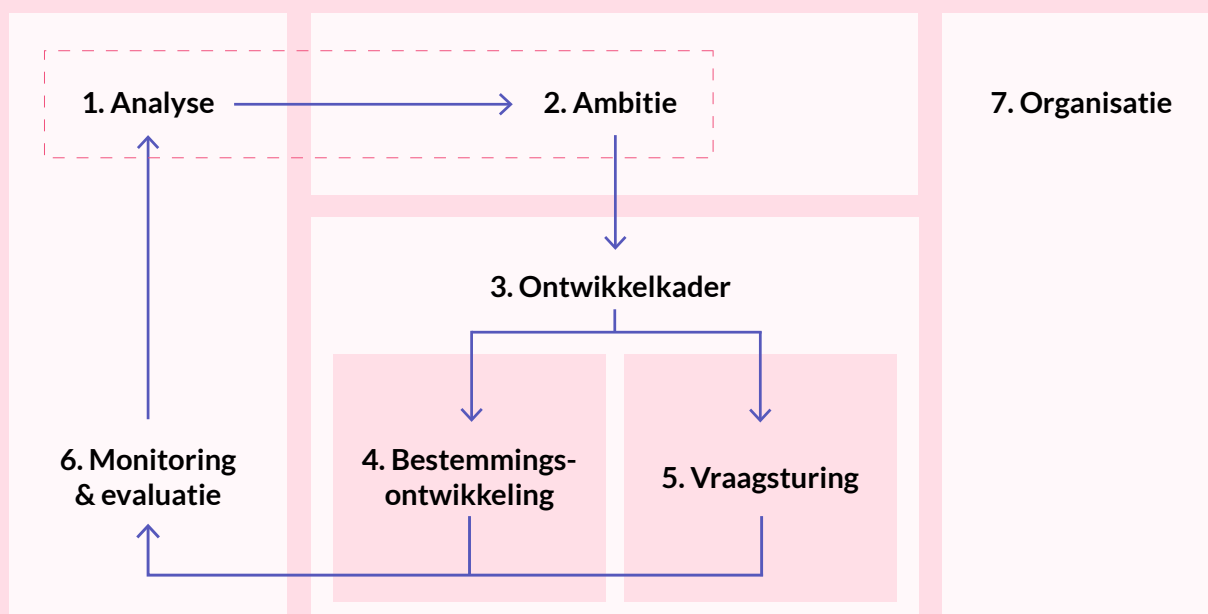


Aan de hand van de rollen en de sturingsmogelijkheden die we al gemeente hebben, werken we samen met onze partners een actieplan uit voor 2025 en verder. Daarvoor gaan we gebruik maken van de Leidraad Bestemmingsmanagement. Bestemmingsmanagement kent zeven stappen. Deze visie omvat stap 1 en stap 2. Van hieruit maken we een ontwikkelkader (hoe willen we onze ambitie bereiken). Via bestemmingsontwikkeling en vraagsturing kunnen we – in samenwerking met onze partners – ingrepen doen om onze ambitie te realiseren. Met evaluatie en monitoring stellen we vervolgens vast of onze ingrepen het gewenste effect hebben. Voor al deze stappen is een goede organisatie essentieel<sup>9</sup>.

Uitgangspunt en randvoorwaarden voor de uitvoering:

- Betrouwbare en actuele data als fundament
- Totaalbeleving vraagt om nauwe samenwerking
- Aanpak op juiste schaalniveau
- Goede balans staat centraal
- Integrale benadering als sleutel tot succes

Figuur 5.1: Zeven stappen van bestemmingsmanagement



Bron: Taskforce Samenwerking Gastvrijheidseconomie – Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad (2022)

9 Taskforce Samenwerking Gastvrijheidseconomie – Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad (2022)

# Bijlage





# Bijlage

## Geïnterviewde sleutelfiguren en aanwezigen workshops

Ans Buys | Voorzitter Gastvrij 's-Hertogenbosch (De Blauwe Engelen)  
Aron Jens | Economie Gemeente 's-Hertogenbosch  
Bram van Drunen | Student AVANS  
Conrad van Tiggelen | Director Strategy & Branding NBTC  
Corniel Groenen | Afdelingshoofd Sport & recreatie Gemeente 's-Hertogenbosch  
Dennis Dekker | Erfgoed Gemeente 's-Hertogenbosch  
Dieke Wesselingh | Hoofd Erfgoed Gemeente 's-Hertogenbosch  
Heleen Huisjes | Directeur- bestuurder VisitBrabant Partners  
Jeroen van der Zweth | Hoofd Cultuur bij Gemeente 's-Hertogenbosch  
Karin Rademaker | voorzitter Hoteloverleg 's-Hertogenbosch  
Marianne van der Sloot | Wethouder Gemeente 's-Hertogenbosch  
Mark de Greeff | Managing director Den Bosch Partners  
Martin Boisen | Lecturer at the University of Groningen  
Nan van Schendel | Managing director Huis 73  
Paul du Crocq | Gemeente 's-Hertogenbosch  
Peggy Lochs | Cultureel project management  
Petra Jansen | Ontwerper Studio Boot  
Rick van Santen | Ondernemer  
Robin Bovaart | Projectmanager Rauwkost  
Ronald van Velzen | Winkelen, horeca en vrije tijd Gemeente 's-Hertogenbosch  
Sef Sweegers | VisitBrabant  
Sharell Bas | Onderzoek & statistiek Gemeente 's-Hertogenbosch  
Theo Verbruggen | Ondernemer  
Yvonne Moerman | Voorzitter Kring Vrienden