



Verslag 6 Kernendebat over Toerisme & Recreatie in de gemeente Hilvarenbeek 16 september 2008, Museum Dansant

Avondvoorzitter: Ad van Korven

De avond startte met drie inleiders, die ieder hun visie hebben gegeven op toerisme & recreatie in de gemeente Hilvarenbeek:

1. Paul Spapens, voormalig journalist van Brabants Dagblad;
2. Sjors Heezemans, VVV;
3. Jan van den Broek, voorzitter Land van de Hilver.

De belangrijkste punten uit de bijdragen van de 3 inleiders worden hier kort samengevat. De presentaties van VVV en Paul Spapens staan op de website van 6KB, www.6Kb.nl.

Paul Spapens

Paul pleit voor het uitnodigen van buitenstaanders (uit binnen- en buitenland), die de gemeente Hilvarenbeek bezoeken en hiervan verslag doen. Wat valt hen op?

De naam "Hartveroverende Heerlyckheit" is oubollig, zegt niets.

Zet in op de volkscultuur, de identiteit van de 6 kernen, vent die uit als toeristische eigenheid. De gast voelt zich hierbij ongetwijfeld thuis.

Werk aan commitment van de inwoners van alle 6 kernen. De bewoners moeten zich scharen achter deze toeristische identiteit. Leidend: de gemeente als geheel aan de man brengen.

Breng dit in eerste instantie aan de man via "Land van de Hilver", op de langere termijn onder de naam "De Kempen".

Gebruik de A58, een weg waarover 10.000 mensen per dag komen, communiceer met borden letterlijk in welk gebied men rijdt, met de boodschap: kom naar het Land van de Hilver en geniet, waar u ook vandaan komt. Bv met de slogan "Hallo wereld, kom eens op bezoek" of de meer internationaal klinkende slogan "Land of the Hilver, the place to be".

Sjors Heezemans

VVV is ook geen voorstander van "Hartveroverende Heerlyckheit". Slogan was ooit beter: "Poort naar de Kempen".

VVV ziet kansen toerisme en recreatie in Hilvarenbeek positief in: "We hebben goud in handen".

VVV heeft concept-rapport (toeristische visie) midden in hoogseizoen ontvangen en daardoor nog geen kans gezien het te bespreken.

Sjors heeft een uitgebreide toelichting gegeven op de activiteiten van de VVV in Hilvarenbeek.

Nieuwe ontwikkelingen waarop VVV zich meer gaan richten zijn arrangementen en streekproducten (tonen en verkopen). Hiervoor is meer ruimte nodig: een ruim bezoekerscentrum is zeer gewenst. Daarnaast ook behoefte aan vaste medewerkers, de grens van wat je kunt eisen van een vrijwilliger is bereikt. Als laatste voorwaarde voor het realiseren van de ambitie is "meer geld".

Jan van den Broek

Jan start met stuk historie over ontstaan van Land van de Hilver (LvdH).

Doet oproep aan iedereen die in de gemeente Hilvarenbeek woont om gastheer/vrouw te zijn voor bezoekers.

Hebben ooit studenten op laten schrijven wat de unieke zaken zijn van onze gemeente: die bleken niet zo uniek te zijn, hebben ze overal wel. Conclusie: geen echte Hilverproducten ontwikkelen, maar richten op De Kempen.

LvdH ziet grote ambitie in concept-rapport (maar geen 100.000-en bezoekers) en is hier blij mee. Men vindt dat de gemeente niet alleen geld ter beschikking moet stellen maar ook pro-actief moet zijn.

Er bestond en bestaat nog de Stichting Toerisme en Recreatie Hilvarenbeek. Zo'n platform werkt alleen als deelnemers daadwerkelijk belang hebben aan deelname. Pleidooi om 1 platform te houden (vanuit bestaand platform).

Debat

In de pauze waren weinig vragen uit de zaal schriftelijk naar voren gebracht voor de forumleden (3 inleiders). Toch kwamen na de pauze de nodige opmerkingen en discussies vanuit de zaal met de forumleden. Puntsgewijs kwamen de volgende zaken aan de orde:

- GPS-tochten moeilijk te rijmen met 'volkscultuur'? Volgens Paul Spapens een prima combinatie, sterker nog, deze wordt al volop ontwikkeld: GPS-gestuurde tocht met ingesproken informatie op GPS-apparaat bij de diverse culturele bezienswaardigheden.
- Volgens VVV en Land van de Hilver kan bezoekerscentrum een enorme 'boost' geven: hier ook ticketservice, rondleidingen etc. in 1 ruimte samenbrengen. Bezoekerscentrum bij voorkeur integreren in bestaand gebouw/activiteit, bv de Rabobank.
- Land van de Hilver zorgt voor de producten, VVV doet de promotie in het gebied. Indien promotie buiten de gemeentegrenzen, dan heeft de gemeente een rol.
- De gemeente moet ondernemers helpen, de ondernemers zelf hebben een enorme 'power'. Volgens Land van de Hilver moet gemeente wel randvoorwaarden scheppen, zie deel 2 van het concept-rapport (toeristische visie). E.e.a. is in rapporten goed verwoord, LvdH hoopt dat de raad met het rapport instemt, de ambities ondersteunt en gemeente actief wordt.
- Vanuit de zaal wordt gesteld dat er meer ondersteuning geboden moet worden voor de meer exclusieve ondernemers, die zich minder thuis voelen bij LvdH. LvdH helpt ondernemers die op weg geholpen moeten worden namelijk niet.
- Betekent grote ambitie ook beduidend meer bezoekers? Volgens de diverse forumleden niet: het dorpse karakter, het authentieke, moet bewaard worden en daarbij past geen massatoerisme.
- Bij Beekse Bergen moet 'winkel' komen, waarin Land van de Hilver zich presenteert. Zodanig dat alle bezoekers van de Beekse Bergen door de winkel moeten lopen, zoals bv bij Efteling het geval is.
- Ander idee: oude SRV-wagen opkopen, daarmee producten gaan tonen op bv markten.
- Rapport positief, maar gemeente handelt nog niet volgens dit rapport. In mei zijn nog plannen afgewezen. Er moeten ook ambtenarenuren in gestoken worden.
- Kansen genoeg: jaarlijks krijgt safaripark 800.000 bezoekers, waarvan 50 a 60.000 in het gebied blijven. De stap naar realisatie van plannen om de bezoekers te binden ontbreekt nog, daar moet duwtje in de rug gegeven worden. Willen=kunnen.
- Is er een meetbare doelstelling? Ambitie staat wel in plan, niet in aantallen, maar wel de inhoudelijke richting. Het moet geen Zandvoort of

Valkenburg worden. Rapport gaat ook niet in deze richting, is gericht op kwaliteitsverbetering. Groei 'knaagt' immers wel aan identiteit: kleinschalig en authentiek.

- Land van Hilver heeft wel graag een nulmeting, om doelstelling te kunnen meten. Men is in onderling overleg met de Rabobank voor zo'n nulmeting.
- Wat moet er op de borden langs de A58? De meningen verschillen hierover. "Visit paradise", een moderne naam, niet appelerend aan 'kerkdorpen'. De andere vindt juist de kerkdorpen herkenbare Brabantse zaken.
- Breed gedragen is om de toeristische ambitie samen met de burgers te realiseren, allemaal een vriendelijke gastheer/vrouw voor bezoekers. Ben trots op je gebied, maar weet ook wat je in jouw omgeving allemaal hebt. Als voorbeeld genoemd: iedereen kent museumbrouwerij De Roos en is trots deze binnen de gemeente te hebben.

Burgemeester Huisman sluit spreekt zijn dank uit aan de 6KB-organisatie en benadrukt dat het rapport nog 'slechts' een visie is en dat een aantal zaken nog nadere uitwerking vergt.

Jeroen van Bremen