

Bezoekersmanagement in de publieke ruimte

Verzamelde inzichten





Bezoekersmanagement in de publieke ruimte is een actueel onderwerp en een grote uitdaging.

De afgelopen jaren hebben we gezien dat het op sommige plekken op sommige momenten in ons land te druk is. Ongewenste drukte moet zeker tijdens deze coronacrisis voorkomen worden. Dit is niet alleen de komende periode vanwege veiligheids- en gezondheidsredenen van belang, maar ook voor de langere termijn voor de leefbaarheid van de bewoners. De behoefte is groot om bezoekersstromen te kunnen beïnvloeden.

NBTC team Destination Development werkt samen met het toeristisch bedrijfsleven, experts, DMO's, overheden en onderwijsinstellingen aan meer kennis en inzichten. Op dit moment komen er dagelijks nieuwe ideeën over het managen van bezoekersstromen in de publieke ruimte. Dit vraagstuk is relatief nieuw en er is beperkt expertise beschikbaar.

Daarom hebben wij tips, tools, handreikingen en voorbeelden vanuit binnen-en buitenland verzameld. Eerst in een kennisvideo en daarna in een digitale interactieve sessie op 29 mei 2020 met ruim 100 deelnemers uit heel Nederland. Dit vraagstuk kent niet één landelijke oplossing en vraagt lokaal maatwerk.

De verzamelde inzichten zijn gebundeld in dit document. Wat zeker niet volledig is maar hopelijk een goed begin. Aanvullingen blijven dan ook van harte welkom zodat we elkaar kunnen blijven ondersteunen bij dit vraagstuk.



De inzichten in bezoekersmanagement zijn verdeeld in drie stappen. Deze indeling gebruiken o.a. experts bij evenementen en zien we op meerdere plekken terug komen.



1. Planning

- Voorbereiden
- Draagkracht
- Voorspelling
- Crowd control
- Tijdslot en reserveren
- Training medewerkers



2. Informeren en communiceren

- Voorlichting vooraf
- Apps & dashboard
- Communicatie op locatie



3. Managen

- Inrichting op locatie
- Monitoring
- Bijsturen
- Hosts
- Hygiene



1. Planning

In de eerste stap gaat het om de planning en voorbereiding. Hierbij is het essentieel om de draagkracht en capaciteit van een gebied te weten. Maar ook hoe drukte voorspeld kan worden en hoe te werken met reserveringen en tijdsloten in de publieke ruimte. Uiteindelijk is het van belang om medewerkers en vrijwilligers hier goed in te trainen.



1. Planning

- Voorbereiden
- Draagkracht
- Voorspelling
- Crowd control
- Tijdslot en reserveren
- Training medewerkers



1. Planning

Visie & beleid

- [Perspectief 2030](#)
- RLI advies 'Waardevol Toerisme'
- [Corona Protocollen](#)

Data & onderzoek

- [Landelijke Data Alliantie Toerisme](#)
- [Heatmap Overijssel](#)
- [Locatus](#) (data over winkelgebieden)

Minor crowd management

- [Hogeschool van Utrecht](#)
- [Brede University of Applied Science](#)

Handreikingen openbare ruimte

- [collegevanrijksadviseurs.nl](#)
- [VNG – maaksamenruimte.nl](#)

Inzichten & tools

- [Mobiliteitsrapport](#)
- [Google my business](#)
- [VVV Zeeland app](#) (inzicht in wat toeristen doen)
- [CELTH & DDL](#) (open source satellietbeelden)

Experts in bezoekersmanagement

- [eventsafetyinstitute.nl](#) (advies)
- [eventsafetyacademy.nl](#) (advies)
- [Royal HaskoningDHV](#) (advies)
- [tsc.nl](#) (uitvoering)
- [VNG, Stadswerk en CROW](#) (kennis en verbinder)
- [thecrowdmagazine.co.uk](#) (nieuwssite)

Tijdsloten en reserveringstools

- [leisureking.nl](#)
- [plekopheterras.nl](#)
- [terrasjeboeken.nl](#)
- [Get your guide](#)
- [cm.com](#)
- [GANTNER](#)
- Overzicht van meer tools: [imagineleisure.nl](#)

Capaciteit berekening & simulatie tools

- [mapchecking.com](#)
- [argaleo.com](#)
- [ucrowds.com](#)
- [incontrolsim.com](#)

Training medewerkers

- [Toerisme VAN](#) (gastvrije training)
- [Events Safety Academy](#) (cursus o.a. voor beleidsmedewerkers)

Bureaus

- [IN10](#) (Service Design Bezoekersstromen)
- [KuRbiN](#) (Stedenbouw & publicaties)
- [Destination Think](#) (DMO's)
- [Insiders](#) (online marketeers)



1. Planning – opmerkingen uit de sessie

“

Dynamic pricing

Het invoeren van dynamic pricing helpt organisaties om bezoekersstromen te kunnen reguleren op andere tijden met andere prijzen.

”

“

Voorspellen met scenario's

Probeer drukte objectief te krijgen en dit alvorens te voorspellen in scenario's.

”

“

Heatmap en drones

Drones inzetten die data gaan doorsturen naar een centraal monitor systeem wat wordt tentoongesteld in een heatmap voor een bepaald gebied.

”

“

Individueel

Iedere organisatie is een individueel geval met betrekking tot capaciteitsbepaling.

”

“

Bezoekerszonering

Op de Veluwe en Utrechtse Heuvelrug worden recreatiezoneringprincipes al ingezet voor bezoekerszonering.

”

Deze opmerkingen zijn gemaakt tijdens de digitale interactieve sessie op 29 mei 2020.



2. Informeren & communiceren

De tweede stap bestaat uit informeren en communiceren. Hierbij gaat het om de voorlichting vooraf en tijdens een bezoek om zo bezoekers te kunnen beïnvloeden. Dit kan door middel van apps en dashboards. Zo kun je de verwachting van bezoekers managen. Maar ook communicatie op locatie door het gebruiken van matrixborden, routing en signing.



2. Informeren en communiceren

- Voorlichting vooraf
- Apps & dashboard
- Communicatie op locatie



2. Informeren & communiceren

Drukke meten

- [druktemeter.app](#)
- [texelmap.nl](#)
- [Meten op de Posbank](#) (pilot)
- [Monitor bezoekersdrukke Gelderland](#)
- [Drukke meter](#) in Breda via Whatsapp
- Monitoren van real-time drukke door GPS signaal en warmte camera's
- [Super Linda](#) (gastvrij bezoekers spreiden)
- [Druktekaart Brabant](#)
- [TNO](#) (slimme technologie)
- [Toerisme VAN](#) (monitor bezoekersdrukke)
- [JDI](#) (druktemeter d.m.v. Wifi Traffic Monitor)
- [Spacetime layers](#) (Groningen pilot terrassen)
- [Smart Unlock app](#) (verwerkt actuele data van de plek)
- [Drukke meter Tilburg](#) (sensoren & webcam)
- [Drukke in Zeeland](#) (foto's boa's & info strandwachten)
- Data van verleden nu gebruiken voor voorspellen
- [Ibizz](#) (slimme druktemeter)
- [Druktemeter Rotterdam](#)
- [Druktemonitor Utrecht](#)
- [Brabantse druktemeter](#)
- [Mobility Portal druktemeter](#)
- [Heat mapping](#)

Communicatie op locatie

- Matrixborden met instructie
- Borden met routing in winkelstraten
- Borden met instructie bij parken met regels
- Voorlichting op parkeerplaatsen
- Op (snel)wegen aangeven wanneer parkeerplekken vol zijn en alternatief aanbieden

Online communicatie (voorbeelden)

- [Efteling](#)
- [Maastricht](#)
- [De Zaanse Schans](#)
- [Texel](#)

Tijdsloten & communicatie apps

- [business.thecloseapp.com](#)
- [crowd-solo.com](#)
- [Plekkie.app](#)
- [Youflanders](#)

Social distancing dashboard

- [Amsterdam](#)
- [Rotterdam](#)
- [Den Haag](#)
- [Delft](#)



2. Informeren en communiceren - opmerkingen

“

Real-time heatmap

Bij de natuurorganisatie in Brabant kunnen boswachters en boa's via de groepsapp melden waar drukke plekken zijn. Deze meldingen worden verwerkt in een heatmap waarop de drukke plekken worden weergegeven (in de kleuren groen, oranje en rood).

”

“

Gastvrije uitstraling

Op een gastvrije manier communiceren d.m.v. signing en een uniforme uitstraling zodat iedereen zich op een prettige manier aan de regels kan houden.

”

“

Gedrag bezoekers

Belangrijk is om je bezoeker en zijn gedrag te kennen en daarop de routing aan te passen om veel te kunnen winnen in het spreidingsbeleid

”

“

Customer Journey

Customer Journey belangrijke tool om bezoekers te beïnvloeden.

”

“

Informatie bezoeker

Belangrijk om te weten welke bezoeker komt en welke informatiemiddelen zij gebruiken en hierop inspelen.

”

Deze opmerkingen zijn gemaakt tijdens de digitale interactieve sessie op 29 mei 2020.



3. Managen

De laatste stap bestaat uit het managen van bezoekersstromen op locatie of in een gebied. Wat zijn de mogelijkheden voor de inrichting van een locatie? Hoe kan je monitoring inzetten zodat er op tijd bijgestuurd kan worden? Er wordt gebruik gemaakt van inzet van (city)hosts op locaties en andere manieren om te spreiden over een gebied. In deze tijd zijn hygiëne maatregelen extra belangrijk en dit goed zichtbaar maken geeft vertrouwen aan bezoekers.



3. Managen

- Inrichting op locatie
- Monitoring
- Bijsturen
- Hosts
- Hygiëne



3. Managen

Inrichting op locatie (voorbeelden)

- [Postillion Hotels](#)
- [Stoplicht Camping de Pampel](#)
- [Autovrij straten in Tilburg](#)
- [Grote harten in Zutphen](#)
- [Gemeente Amsterdam \(inrichting menukaart\)](#)
- [Weerribben - Wieden \(1,5 meter signing\)](#)

Inzet (city)hosts (voorbeelden)

- [Eindhoven](#)
- [Elburg](#)
- [Profi-Sec](#)
- [Breda inzet local guides \(ook voor langere termijn\)](#)

Mobiliteit & reisadvies

- [Tripservice - Mobility Portal](#)

Monitoren & bijsturen

- [Kinderdijk](#) (spreiding door storytelling)

Hygiëne

- [RIVM](#)



3. Managen - opmerkingen

“

Managen d.m.v. service providers

Service providers van bezoekers gebruiken om scenario's te bepalen om hen zo vooraf en tijdens hun reis te kunnen managen en verleiden naar een bepaalde plek.

”

“

Gastvrije hosts

Local guides (met herkenbare kleding) worden in de stad neergezet om bezoekers welkom te heten en ook tips te geven waar naartoe te gaan om zo spreiding te stimuleren.

”

“

Onvoorziene maatregelen

Maatregelen die het beste werken zijn degene die onvoorzien gebeuren, zonder er notitie van te hebben.

”

“

Minder parkeerplaatsen

Door parkeerplaatsen te verminderen kan dit ook voor vermindering in bezoekersaantallen zorgen.

”

Deze opmerkingen zijn gemaakt tijdens de digitale interactieve sessie op 29 mei 2020.



ANDERE INZICHTEN



Samenwerking

Deze opmerkingen zijn gemaakt tijdens de digitale interactieve sessie op 29 mei 2020.

“

Recreatieve voorzieningen

Proberen recreatieve voorzieningen beter te spreiden door een stad heen, niet alleen de binnenstad maar ook daarom heen in samenwerking met gemeenten en ontwikkelaars.

“

Bevoegdheid in bezoekersmanagement

Goed kijken naar de stakeholder analyse van een gebied m.b.t. bevoegdheid in het managen van bezoekersstromen. Niet verschillende signalen naar buiten geven, maar probeer 1 lijn te krijgen en ook 1 gezagdrager.

”

”

“

Ken je bezoeker

“

Dagjestoeristen en verblijfstoeristen

Dagjestoeristen en verblijfstoeristen zijn enorm verschillend. Goed weten wat beide uitgangspunten zijn om op beide groepen goed te kunnen inspelen.

”

Bezoekersaantrekkingskracht

Belangrijk om te weten wat de bezoekersaantrekkingskracht van je plek is en daarop inspelen qua routing en communicatie.

”

Algemene tips

“

Commerciële haalbaarheid

Er zijn veel goede oplossingen bedacht maar soms niet commercieel haalbaar.

“

Kwalitatief i.p.v. kwantitatief

Nadruk moet liggen op kwalitatief onthaal i.p.v. kwantitatief

”

“

Risico's en inzichten

Niet alleen kijken naar oplossingen maar ook naar de risico's en hoe je het wil bereiken om zo tot betere inzichten en creativiteit te komen.

“

Lange termijn focus

Focus niet alleen op de korte termijn maar ook op de lange termijn

”





- NBTC deelt frequent informatie omtrent ontwikkelingen in relatie tot de coronacrisis via de website;
- Hier moet je zijn is een beweging, een gezamenlijk initiatief vanuit de sector, met als doel om de Nederlandse bezoekerseconomie op een verantwoorde manier weer op vlieghoogte te brengen. Meer informatie: hiermoetjehier.nl
- Updates omtrent het Offensief Duurzaam Herstel Bestemming Nederland zijn [hier](#) te vinden.

Voor aanvullingen, meer informatie en/of vragen, stuur een e-mail naar: bdebruin@holland.com



Bezoekersmanagement in de publieke ruimte

Verzamelde inzichten

