

DMO's willen landelijke coördinatie bij toegankelijkheid

DMO's moeten aan de slag met toegankelijkheid, maar hoe pak je dat aan? Sommige DMO's zijn al jaren bezig andere DMO's zetten recent hun eerste schreden. Recreatie & Toerisme zette Vechtdal Marketing, Marketing Drenthe en Merk Fryslân aan tafel. Het trio deelt ervaringen en heeft tips, maar ook een duidelijke wens: landelijke coördinatie.

Tekst: Peter Bekkering en Ton Vermeulen

Foto's: Marketing Drenthe, Sake Elzinga, Lydia Anema en Vechtdal Marketing

Bij Marketing Drenthe staat het thema toegankelijkheid nog in de kinderschoenen, zegt projectmanager marketing & communicatie Sylvia Ouwerkerk. "We hadden alleen een blog op de website met rolstoelvriendelijke tips en een overzicht met wielvriendelijke wandelroutes in onze routemodule. Tegelijkertijd realiseerden we ons wel dat toegankelijkheid een belangrijk onderwerp is en zagen we de noodzaak dat we ermee aan de slag moesten. Het staat ook in onze meerjarenstrategie. Daar willen we de kwaliteit van leven stimuleren zodat iedereen zich kan opladen en dat iedereen mee kan doen. Het is kortom wel verankerd in onze plannen. Tegelijkertijd merken we dat het nog geen vast onderdeel is van wat we doen. Bezoekers kiezen voor Drenthe vanwege natuur en landschap maar we realiseren ons ook dat niet alle bezoekers even gemakkelijk erop uit kunnen."

Beginnen

Een van de uitdagingen was dat Marketing Drenthe niet wist niet waar te beginnen. Sylvia geeft aan dat de op 15 mei 2025 gepresenteerde Leidraad Toegankelijkheid, die is ontwikkeld door Destinatie Nederland en Bureau BUITEN, enorm heeft geholpen. De Leidraad is bedoeld om DMO's en CMO's te onder-

steunen bij het integreren van toegankelijkheid en inclusie in hun werkzaamheden.

Enno Lieder, senior marketeer bij Merk Fryslân, vertelt dat Merk Fryslân de eerste ervaringen opdeed met het onderwerp toegankelijkheid bij het Interreg 5a project Wadden-Agenda, waar Merk Fryslân als projectpartner aan meedeed. "Daarbij ging het onder meer over gebarentaal-video's over UNESCO Waddenzee Werelderfgoed maar ook over het in kaart brengen van toegankelijk recreatief aanbod." Inmiddels is toegankelijkheid volgens Enno goed verankerd in de activiteiten van Merk Fryslân. "Vanuit de Glasgow Declaration spannen we ons in om de SDG's zo goed als mogelijk in ons werk te integreren. In die SDG's zijn toegankelijkheid en inclusiviteit stevig verankerd, onder meer in SDG 10, het verminderen van ongelijkheid."

Er blijft echter genoeg werk aan de winkel. Enno: "We moeten nog veel doen en verbeteren. De afgelopen jaren hebben we gemerkt dat dat staat of valt bij de informatie voor en van ondernemers. Hoe weten ondernemers of ze toegankelijk zijn? Wij waren van mening dat er een eenduidige landelijke aanpak nodig

Wildlands in Emmen



Rolstoelboot. Zowel de bootattractie in de jungle als de safari-attractie over de savanne zijn rolstoeltoegankelijk.



Het speelparadijs Animazia is voorzien van een mindervalide speeltoestel. Het speeltoestel is te betreden met een rolstoel.



Het rif-aquarium heeft brede paden en uitzichten.



Rondleiding in Drents Museum voor doven en slechthorenden in Nederlandse Gebarentaal. Foto: Sake Elzinga.



**“We willen de kwaliteit van leven stimuleren zodat iedereen zich kan opladen en dat iedereen mee kan doen.”–
Sylvia Ouwerkerk**

md

was/is en daarom hebben wij Destinatie Nederland gevraagd hier regie op te nemen. Zelf werkten we in het verleden samen met onder meer de Werkgroep Toegankelijkheid Leeuwarden, mensen met een beperking die zich inzetten voor meer toegankelijkheid. Voor het in kaart brengen van het recreatieaanbod voor de circa twee miljoen mensen die hiervan afhankelijk zijn, is bredere samenwerking nodig dan alleen vanuit hun kant."

Een stuk verder

Vechtdal Marketing is al een stuk verder met het thema toegankelijkheid, vertelt Rolf Halverhout, gebiedsmanager bij Vechtdal Marketing, een onderdeel van MarketingOost. "In 2015 is het onderwerp toegankelijkheid bij ons op de agenda gekomen en zijn we gaan nadenken over de invulling. In de jaren daarna hebben we dat opgepakt, waarbij we ook hebben samengewerkt met lokale inclusiegroepen. Daaruit is het project Zorgeloos Vechtdal ontstaan, waarbij met ondernemers is samengewerkt aan het realiseren van een toegankelijk aanbod. Inmiddels hebben we in Vechtdal 80 toegankelijke locaties. Dat aanbod is heel divers. Zo zijn er bij de dagrecreatie goed toegankelijke musea en culturele instanties maar ook rolstoelvriendelijke boten en toegankelijke fietsroutes. Bij de verblijfsrecreatie heb je het over toegankelijke bungalows maar ook over mini-campings waar mensen terecht kunnen met nierdialyse." Desondanks leven er ook bij Vechtdal Marketing nog veel wensen op het gebied van toegankelijkheid. "We willen het graag professioneler, uitgebreider en duidelijker."

Vechtdal Marketing stelde onlangs het Vechtdal Kompas 2025-2035 vast, een toekomstvisie opgesteld samen met bestuurders, ambtenaren, ondernemers en organisaties die betrokken zijn bij de vrijetijdseconomie in het Vechtdal. "Daarin is aangegeven dat toegankelijkheid niet meer een apart project is, maar iets dat door alle vier programmalijnen heen loopt. Op die manier wordt toegankelijk automatisch meegenomen, bijvoorbeeld bij het ontwikkelen van nieuw beeldmateriaal. In het jaarplan voor dit jaar is er extra aandacht voor toegankelijke content."

Rol DMO

Rolf gaat in op de rol van de DMO: "Die is vooral coördinerend. In alle vier programmalijnen zitten doelen, ambities en projecten. Wij hebben regie en programmeiderschap. Daarmee zorgen we dat initiatieven op elkaar aansluiten en op de doelen en ambities van het Vechtdal Kompas. We hebben daarbij ook een verbindende rol en kunnen zorgen dat initiatiefnemers en ervaringsdeskundigen met elkaar in gesprek raken om samen tot projecten te komen. Zelf moet ik ervoor zorgen dat het onderwerp op de agenda blijft." Om dat te borgen heeft Vechtdal Marketing onder meer structureel overleg met de Werkgroep Toegankelijk

Vechtdal, de lokale inclusiegroepen, en met ambtenaren en bestuurders. Rolf zit ook in het programma-team Ruimte voor de Vecht, een samenwerkingsverband met dertien maatschappelijke organisaties. Het team werkt aan waterveiligheid, maar ook leefbaarheid en vitaliteit van het Vechtdal. "Onze rol is om bij nieuwe initiatieven zoals de aanleg van een nieuwe haven aandacht te vragen voor de toegankelijkheid."

Standaard bespreekpunt

Bij Marketing Drenthe proberen ze ook om toegankelijkheid in de processen eigen te maken, zegt Sylvia. "Voor onze eigen werkzaamheden, maar ook in het stimuleren dat we in Drenthe breed meer aandacht hebben voor toegankelijkheid. We werken bijvoorbeeld met diverse partners aan nieuwe aanbodontwikkelingen. Daarbij proberen we duurzaamheid en toegankelijkheid tot een standaard bespreekpunt te maken. Zo proberen we toegankelijkheid zoveel mogelijk aan de voorkant mee te nemen waar mogelijk." Enno is het eens met Sylvia: "Wij jagen toegankelijkheid ook aan: intern en extern richting ondernemers. Vervolgens zorgen we ervoor dat informatie over toegankelijke locaties op onze website vindbaar is voor de doelgroep. Ook zorgen we ervoor dat campagnes en landingspagina's te lezen zijn voor mensen met een beperking, bijvoorbeeld via een voorleesfunctie." Hij noemt een voorbeeld: "In een campagne rondom donkerte wordt speciaal gelet of het contrast in de beelden wel voldoende is voor mensen met een visuele beperking. Ik zie het als een klein succes dat intern medewerkers daar nu bewust mee bezig zijn."

Partners

Rolf noemt partners, waarmee hij samenwerkt aan toegankelijkheid: "Overheid, organisaties en ondernemers, maar ook plaatselijke inclusiegroepen. Bij overheden is het belangrijk dat ik niet alleen met het vrijetijd domein praat, maar om tafel zit met beleidsmedewerkers uit het sociaal domein met toegankelijkheid in hun portefeuille." Rolf vertelt ook dat hij zaken samen met Marketing Drenthe, Merk Fryslân en Marketing Oost bij Destinatie Nederland heeft aangezwengeld: "Je moet samenwerking breder zoeken dan in je eigen regio. Daarom is die Leidraad belangrijk, want daardoor leer je van elkaar en zet je gezamenlijk stappen. Toegankelijkheid is namelijk geen wedstrijd wie de beste is."

Prikkelarm

Een uitdaging bij toegankelijkheid is dat er uiteenlopende vormen zijn, variërend van fysiek (bijvoorbeeld visueel of auditief) tot psychisch (bijvoorbeeld prikkelarm). Enno: "Dat laatste – prikkelarm – vind ik de meest ingewikkelde uitdaging. Bij mindervalide kun je organisaties concrete handvaten geven, maar hoe leg je een ondernemer uit wat hij moet doen voor iemand die behoefte heeft aan weinig prikkels?" Rolf sluit zich

Noordoost-Friesland



Rolstoelgebruikers met honden op de rolstoeltoegankelijke overnachtingslocatie Prikkebosk in Damwâld in de gemeente Noordoost-Friesland. Foto: Lydia Anema.



Twee heren aan de wandel in de omgeving van Burgum in Noordoost-Friesland. Foto: Lydia Anema.



De huiskamersessie van de Werkgroep Toegankelijkheid Leeuwarden tijdens het Frysk Toerisme Festival op 11 maart 2025. Links Pauline Evers, rechts met microfoon Hilda Snippe. Foto: Lydia Anema.



**“Prikkelarm vind ik de meest ingewikkelde uitdaging.” –
Enno Lieder**

MERK FRYSLÂN.

bij Enno aan: "In 2026 gaan we daarom niet alleen kijken of de website van een onderneming digitaal toegankelijk is, maar ook of er specifieke inspirerende informatie wordt aangeleverd aan bepaalde doelgroepen zodat ze erop uit kunnen trekken. Een van mijn wensen daarbij is dat we ook een lijst hebben met prikkelarme activiteiten in het Vechtdal. Die zijn er wel, maar er moet iemand tijd nemen om die op te zoeken en de informatie bij elkaar te zetten."

Balans

Sylvia ziet nog een uitdaging. "Je moet een balans vinden in wat je wel en niet kunt doen. In 2023 bleek na een gebruikersonderzoek dat onze website niet voldoende digitaal toegankelijk was. Daarmee zijn we aan de slag gegaan en begin dit jaar hebben we een vernieuwde website live gezet. Nu gaan we dat verder aanvullen met toegankelijk aanbod. Daarnaast willen we inzetten op bewustwording en informatie richting ondernemers."

Sylvia geeft aan dat Marketing Drenthe nog niet precies in beeld heeft waar en hoe toegankelijkheid speelt. "Daarin zijn we nog zoekende. Voorlopig willen we in ieder geval gaan aanjagen om iedereen mee in beweging krijgen. In 2026 willen we ondernemers vervolgens nog meer gaan activeren en ze waar nodig met de juiste mensen in contact brengen. Als de ondernemer het op orde heeft, kunnen wij het op onze website vermelden zodat het aanbod verbreed wordt."

Sylvia ziet dat grote partijen zoals musea en dierentuinen vaak wel bezig zijn met toegankelijkheid en een pagina hebben op hun website met wat ze wel en niet kunnen aanbieden. "Nu gaan we inventariseren in welke mate het leeft bij kleinere organisaties."

Informatie van ondernemers

Enno wijst erop dat toegankelijkheid staat of valt bij informatie van ondernemers. "Daarom blijven we ondernemers inspireren en aanjagen om met toegankelijkheid aan de slag te gaan. Tijdens het Frysk Toerisme Festival op 11 maart 2025 was de werkgroep Toegankelijkheid aanwezig op ons netwerkplein. Zij gaven mensen met een blinddoek en een blindegeleidestok de mogelijkheid om te ervaren hoe het voor een blinde is om te navigeren in een gebouw dat hij niet kent. Ook lieten ze zien hoe het is om met een rolstoel naar een toilet te gaan, een deur te openen of door een smalle gang te gaan. Als ondernemers de toegankelijkheid gerealiseerd hebben kunnen wij het vermelden op onze kanalen. Ik herken ook het beeld van Sylvia dat grote instellingen zoals musea er vaak al mee bezig zijn. Voor een klein schaatmuseum in Hindeloopen is het al veel lastiger. Of neem de Wadden: wadlopen of een dijk beklimmen met een fysieke beperking wordt lastig. Gelukkig hebben een aantal Waddeneilanden wel al strandrolstoelen." Sylvia vindt het mooi dat Merk Fryslân mensen de uitdagingen

van toegankelijkheid laat ervaren: "Wij gaan dat dit najaar ook doen op een congres." Daarnaast wil ze in februari 2026 een ronde tafel met ondernemers en ervaringsdeskundigen organiseren over toegankelijkheid. Enno vat kernachtig samen waarom de bewustwording bij ondernemers over toegankelijkheid belangrijk is: "Onbewust maakt onbekwaam." Rolf heeft nog wel een tip voor Sylvia en Enno: "Wij vragen vaak vooraf: wat heeft u nodig om deze bijeenkomst bij te wonen?"

Vliegwielen

Rolf hoopt dat het steeds vaker aan de orde komen van het thema toegankelijkheid als vliegwiel gaat fungeren om toegankelijkheid 'top of mind' te maken. "Hetzelfde geldt voor de European Accessibility Act (EAA), die op 28 juni 2025 in Nederland van kracht is geworden." De EAA verplicht bedrijven om digitale producten en diensten toegankelijk te maken voor mensen met een beperking. Dit geldt voor websites, apps, e-books, en andere digitale diensten die aan consumenten worden aangeboden. Rolf maakt daarbij bewust een onderscheid tussen toegankelijkheid en inclusie. "Dat laatste is nog een stap verder. Vooralsnog willen we er zo goed mogelijk voor zorgen dat mensen met een beperking of een zorgbehoefte in hun vrije tijd erop uit kunnen trekken."

Uniformiteit

Sylvia zou het mooi vinden als niet alle DMO's het wiel rond toegankelijkheid opnieuw uitvinden maar dat er een bepaalde uniformiteit komt, die voor de doelgroep herkenbaar is. Ze haalt het voorbeeld aan van amsterdam&partners. "Zij hebben een digitale toegankelijkheidstool ontwikkeld voor de Amsterdamse musea, waarmee musea kunnen aangeven welke toegankelijkheidsvoorzieningen ze wel en niet kunnen aanbieden. Bijvoorbeeld wel of geen prikkelarme rondleidingen, wel of niet begeleidingshond toestaan, etc. Het resultaat kunnen musea vervolgens op hun website plaatsen. Dat gebeurt op een uniforme manier, met dezelfde symbolen. Op dit moment wordt de toegankelijkheidstool doorontwikkeld samen met Stichting Accessibility, zodat het te gebruiken is door de hele recreatieve sector. Het mooie is dat deze tool gratis kan worden ingezet door ondernemers uit de sector."

Enno is enthousiast over het initiatief: "Ik vind het mooi wat ze gedaan hebben. Ze springen daarmee in het gat dat de overheid laat vallen. Diezelfde overheid die in de wet aangeeft dat iedereen in Nederland, ongeacht de beperking, recht heeft op recreatie. Eigenlijk zou de Rijksoverheid zo'n tool moeten maken, beheren en financieren. Zodat elke ondernemer via de website van de Rijksoverheid er gebruik van kan maken. Net zoals we het bijvoorbeeld bij het Energielabel gestructureerd hebben. Bij toegankelijkheid is vooralsnog echter niets geborgd bij de Rijksoverheid."

Vechtdal



Vanaf de speciale steiger bij Camping De Koeksebelt kunnen ook rolstoelgebruikers aan boord voor een dagje varen of vissen in het Vechtdal.



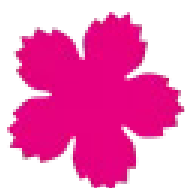
Tussen 1 maart en 24 december vaar je onbezorgd mee met de Queen of Vechtvalley vanaf Ommen over de Vecht.



De Toegankelijke Anjerroute biedt 66 kilometer aan onbeperkt fiets- en wandelplezier door het Vechtdal.



**“We willen toegankelijkheid
graag professioneler,
uitgebreider en duidelijker.” –
Rolf Halverhout**



**vechtdal
marketing**

Landelijke coördinatie

Rolf knikt: "Wij pakken allemaal voor onze regio of provincie de rol op om toegankelijkheid verder te brengen. Nu moet er echter een partij als Destinatie Nederland of het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) opstaan. Zo'n partij kan de behoeftes ophalen uit de verschillende regio's en uit de sector en dit vervolgens op landelijk niveau coördineren. De Leidraad Toegankelijkheid is er ook op die manier gekomen, na een initiatief vanuit de regio's."

Enno benadrukt dat bij het verder brengen van toegankelijkheid de rol van lokale werkgroepen toegankelijkheid belangrijk is en blijft: "Zij zijn per slot van rekening de ervaringsdeskundigen." Rolf beaamt dat maar maakt wel een kritische kanttekening. "Afgelopen zomer hebben lokale toegankelijkheidsgroepen de horeca op onze website gecheckt op onder meer rolstoeltoegankelijkheid, de aanwezigheid van een mindervalidentoilet en de aanwezigheid van een invalidenparkeerplaats. Dit gebeurde aan de hand van een checklist gebaseerd op landelijke normen. Toch bleek in de praktijk dat de een kritischer keek dan de ander en dat het dus ook een kwestie van interpretatie blijft." Hij heeft wel een idee om dit te objectiveren: "We willen aangepaste toiletten met 360 graden foto's in beeld brengen. Daardoor kan een potentiële bezoeker met een beperking op basis van een filmpje kijken of het geschikt is voor hem of haar."

Tips

De deelnemers aan het rondetafelgesprek hebben een aantal tips voor DMO's die met het thema toegankelijkheid aan de slag willen. Enno trapt af: "Begin met grote musea en grote instellingen. Dan krijg je quick wins voor het toegankelijk aanbod op je website. Kijk vervolgens naar vakantiehuizen en hotels en ga daarna met de rest aan de slag. Neem daarbij contact op met Rolf, Sylvia of mij als je er niet uit komt. Of met Destinatie Nederland." Hij heeft nog een tip: "Vergeet de digitale toegankelijkheid niet. Ga aan de gang met je website. Zorg dat die minimaal een voorleesfunctie heeft en dat de contrasten goed ingesteld zijn."

De eerste tip van Sylvia is heel eenvoudig: "Gewoon starten! Zelf merk ik dat de Leidraad Toegankelijkheid mij heeft geholpen om een plan te maken. Voor quick wins maar ook voor de langere termijn." Ze heeft nog een tip: "Begin klein. Bijvoorbeeld met een pagina over toegankelijk aanbod. Of met het informeren van ondernemers wat wel en niet kan." Enno vult aan: "Wijs ondernemers erop dat je als DMO een pagina met toegankelijk aanbod hebt, waarop ze kunnen worden vermeld."

Bij Vechtdal Marketing kun je het effect zien, wat er gebeurt als je als DMO met toegankelijkheid aan de slag gaat, vertelt Rolf: "In 2015 zijn we onwetend en vol goede bedoelingen begonnen. Vervolgens ontdek je gaandeweg wat je niet weet en wat niet kan. Bovendien merk je dat je niet alles in één keer kunt oplossen. Enno had het eerder over onbewust onbekwaam. Wij zijn nu een stap verder: we zijn ons er heel bewust van dat er nog veel is dat we niet weten en waar we nog in kunnen groeien – oftewel bewust onbekwaam."

Voldoening

Rolf, Enno en Sylvia weten waarom ze bezig zijn met toegankelijkheid. Sylvia: "Het is een maatschappelijk onderwerp, waarbij je als DMO veel goeds kunt doen voor mensen. Bovendien zie ik veel kansen die nog niet gepakt worden." Enno: "Ik gun iedereen in Nederland een vakantie zonder zorgen. De doelgroep heeft in het dagelijks leven al genoeg te maken met beperkingen. Daarom gun ik juist hen een vakantie waar ze zich kunnen opladen." Rolf: "Het geeft mij voldoening om het andere mensen naar de zin te maken. Voor deze doelgroep geeft het extra voldoening omdat het voor mensen met een beperking echt een geluksmomentje is als zaken goed geregeld zijn. Daarnaast is mijn motivatie dat het onderwerp blijft liggen als we het als DMO's niet gezamenlijk oppakken. Bovendien kunnen wij als partij hierbij het meeste invloed uitoefenen."

Enno weet wel wat hij nog zou willen als geld geen rol zou spelen: "Dat elk bus- en treinstation volledig toegankelijk is voor mensen met een rolstoel of rollator. We willen enerzijds vanwege duurzaamheid dat mensen meer het OV gebruiken, maar sluiten anderzijds meteen een grote doelgroep uit." Ook Rolf heeft nog wel een wens: "Voor mij is informatievoorziening belangrijk. Daarom zou het het mooiste zijn als we één plek hebben waar je het toegankelijke vrijetijdsaanbod van Nederland ontsluit. Natuurlijk kan zo'n plek wel regionaal gevoed worden." Sylvia heeft een 'kleinere' droom: "Ik hou van de natuur. Ik zou het mooi vinden als iedereen de kans krijgt om de natuur echt te ontdekken. Een deel van de bezoekers is nu nog beperkt tot een aantal voorzieningen. Hoe mooi zou het zijn als iedereen alle bijzondere plekken in onze bestemmingen op een eigen manier kan ervaren." &

