

TUSSENTIJD VERANTWOORDINGSDOCUMENT VRIJETIJDAGENDA 2020-2030 EN UITVOERINGSAGENDA 2020-2024





Leeswijzer

Tussen 2020 en 2024 heeft het portefeuillehoudersoverleg Vrijtijdseconomie gewerkt aan de uitvoering van projecten uit de uitvoeringsagenda die hoort bij de Vrijetijdsagenda 2020-2030. In dit document wordt beschreven welke acties er de afgelopen jaren zijn opgepakt en tot welk resultaat deze hebben geleid.

≡ Inhoud

1	Introductie	2	7	Speerpunt 4 Gastvrijheid bevorderen	26
	Leeswijzer	3		A. Informatievoorziening up-to-date	27
2	Ambities en doelen	5		B. Ontsluiten locaties en verhalen d.m.v. digitale toepassingen	27
3	Samen werken aan...	7		C. Doorontwikkeling Toeristische Overstap Punten (TOP's)	28
4	Speerpunt 1 Aanbodontwikkeling	9		D. Achterhoekse kaart voor jongeren ontwikkelen	28
	A. Onderzoek vitaliteit dagrecreatie en horeca	10		E. Inventarisatie onderwijs en arbeidsmarkt	29
	B. Stimuleren en ondersteunen beeldbepalende initiatieven – Silo Art Tour	11	8	Speerpunt 5 Positie vrijetijdssector versterken	30
	C. Stimuleren en ondersteunen verbeteringen routekwaliteit	12		A. Lobbycampagne zichtbaarheid toerisme en recreatie in regio	31
	D. Onbeperkt genieten in de Achterhoek	13		B. Stimuleren en ondersteunen cross sectorale initiatieven	31
	E. Natuurlijk te gast in de Achterhoek	15		C. SMAAS	32
	F. Food en de vrijetijdssector	16	9	Overkoepelende acties	33
	G. Zakelijke markt / convention bureau	17		A. Kennisplein	34
5	Speerpunt 2 Vitaliteit verblijfsrecreatie	18		B. Kennismakelaar	35
	A. Opstellen gezamenlijke doelstellingen	19		C. Onvoorzien	35
	B. Borging bedrijfsmatige exploitatie	19		D. Herijking Vrijetijdsagenda 2020-2030	
	C. Experimenteerruimte	19		en ontwikkelen uitvoeringsagenda 2025-2028	36
	D. Beleid verblijfsrecreatie	20		E. Inzet manager	36
6	Speerpunt 3 Zichtbaarheid vergroten	21	10	Ondersteuning vanuit de provincie Gelderland	37
	A. Internationale marktwerking (Duitsland en Vlaanderen) versterken	22			
	B. Ondersteunen thematische campagnes	24			



Inhoud

Met als doel de vrijetijdssector in de Achterhoek verder te ontwikkelen, is de Vrijetijdsagenda 2020-2030 samen met een bijbehorende uitvoeringsagenda 2020-2023 opgesteld in opdracht van het portefeuillehoudersoverleg Vrijetijdseconomie (hierna POHO VE). Het POHO VE is een regionale samenwerking op het gebied van toerisme en recreatie van de gemeenten Aalten, Berkelland, Bronckhorst, Doetinchem, Lochem, Oost Gelre, Oude IJsselstreek en Winterswijk.

Met de agenda beogen de samenwerkende gemeenten een significante bijdrage te leveren aan de vrijetijdssector in de Achterhoek en daarmee ook aan zowel de economische groei als de maatschappelijke uitdagingen van de regio, waaronder het behoud van voorzieningen, het scheppen van werkgelegenheid en het binden van jongeren aan de Achterhoek. Om deze doelen te bereiken zijn in de Vrijetijdsagenda de volgende speerpunten vastgesteld:

Speerpunt 1

Aanbodontwikkeling; de beleefbaarheid van de Achterhoek vergroten

Speerpunt 2

Vitaliteit verblijfsrecreatie op peil houden en verbeteren

Speerpunt 3

Werken aan een onderscheidend profiel

Speerpunt 4

Gastvrijheid in de regio bevorderen

Speerpunt 5

Positie vrijetijdssector versterken; verbindingen met andere sectoren intensiveren.

Aan de 5 speerpunten uit de Vrijetijdsagenda 2020-2030 zijn verschillende acties gekoppeld in een bijbehorende uitvoeringsagenda 2020-2023. In 2023 is de uitvoeringsagenda met een jaar verlengd (2024) en tevens herijkt waarbij er op projectniveau wat accenten zijn verlegd. We spreken daarom in dit verantwoordingsdocument voor het gemak over de uitvoeringsagenda 2020-2024.



2 Ambities en doelen



Ambities en doelen

In de Vrijetijdsagenda 2020-2030 hebben we de ambitie beschreven om de vrijetijdssector op een gecontroleerde manier verder te laten groeien. Daarbij is een goede balans tussen het stimuleren van de economie en een prettige leefomgeving van essentieel belang. We wilden dat deze slimme groei in 2030 zou resulteren in:

- Bijna 4,3 miljoen toeristische overnachtingen van binnen- en buitenlandse gasten; met een focus op toeristen uit eigen land en de buurlanden Duitsland en België. Daarmee volgen we de landelijke prognoses.
- Stimulering van de lokale economie tot een economische betekenis van ruim 412 miljoen euro. Daarmee zetten we de huidige trendontwikkeling voort.
- Een groei van de werkgelegenheid met ruim 3000 extra banen (fulltime, parttime en uitzend - kracht) in 2030. Daarmee zetten we de huidige trendontwikkeling voort.

Naast deze kwantitatieve doelen streefden we met de agenda naar:

- Een prettig leefbare woonomgeving voor alle Achterhoekers. Met vernieuwende en aantrekkelijke voorzieningen voor uiteenlopende doelgroepen.
- Meer veelzijdigheid en onderscheidend het gehele jaar door en niet alleen gedurende het hoogseizoen.
- Kwaliteitsverbetering en verdere professionalisering van het bestaande aanbod.
- Het vergroten van het aandeel vitale verblijfsrecreatie bedrijven in de Achterhoek.

In 2023 is er weer een tweejaarlijkse monitor uitgevoerd waarbij is gekeken naar de omvang en economische betekenis van de vrijetijdssector in de Achterhoek in 2022. Uit deze monitor komt naar voren dat er in de Achterhoek in 2022 4,1 miljoen toeristische overnachtingen hebben plaatsgevonden. Dit is een stijging van 29% ten opzichte van 2019. Het aantal bestedingen is ten opzichte van 2019 met 27% toegenomen tot 327 miljoen. De cijfers bevestigen dat samen investeren in de sector loont.



3

Samen werken aan...



Samen werken aan...

Met deze Vrijetijdsagenda leveren we een belangrijke bijdrage aan het behalen van de ambities, maar niet uitsluitend. Ook de activiteiten van onder andere Stichting Achterhoek Toerisme, de lokale promotionele organisaties, alle individuele gemeenten en bovenal de ondernemers zelf dragen bij. Het samenspel van alle stakeholders resulteert uiteindelijk in een slimme groei van de vrijetijdssector.

De gemeenten hebben voor de uitvoering van de projecten in de uitvoeringsagenda 2020-2024 intensief samengewerkt met Stichting Achterhoek Toerisme. Ook is de provincie Gelderland bij verschillende projecten inhoudelijk betrokken geweest en/of heeft een financiële bijdrage geleverd. En natuurlijk zijn ondernemers uit de sector betrokken geweest bij verschillende acties en projecten.



4

Speerpunt 1
Aanbodontwikkeling



A. Onderzoek vitaliteit dagrecreatie en horeca

In 2021 zijn we in de Achterhoek gestart met het Vitaliteitsonderzoek Dagrecreatie en Horeca in aansluiting op het Vitaliteitsonderzoek Verblijfsrecreatie uit 2019. De resultaten van dit onderzoek zijn in september 2022 opgeleverd door Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd en zijn tijdens 3 regionale bijeenkomsten in oktober 2022 met de sector gedeeld. De resultaten zijn verwerkt in een factsheet en gepubliceerd op de zakelijke website van Stichting Achterhoek Toerisme.

Belangrijkste conclusies

- Zowel de dagrecreatie als de horeca in de Achterhoek grotendeels vitaal
- Voor de grote groep middenmoters belangrijk om te blijven vernieuwen
- Er is vooral veel aanbod is voor de Harmoniezoeker. Hier liggen kansen voor ontwikkelingen voor de stijl- en rustzoekers.
- De horeca heeft een diverser aanbod, maar ook daar liggen nog kansen voor ontwikkelingen bij de avontuur-, rust- en stijlzoeker.
- Er zijn nog kansen voor onderscheidende en exclusieve concepten
- In een groot deel van de sectoren is de toevoeging van nieuw aanbod weinig kansrijk.
- De minst vitale sector is de cultuur- en erfgoedsector

Gerealiseerd

- Onderzoek Dagrecreatie en Horeca
- 3 regionale bijeenkomsten
- Factsheet
- Publicatie via zakelijk netwerk Achterhoek Toerisme





B. Stimuleren en ondersteunen beeldbepalende initiatieven — Silo Art Tour

Als onderdeel van deze actie is de Silo Art Tour opgepakt.

Op tien locaties in de Achterhoek zijn schuren, silo's en andere agrarische objecten getransformeerd tot kunstwerken. Silo Art Tour Achterhoek is inmiddels een route langs tien kunstwerken op bijzondere - aan de agrarische sector gerelateerde - plekken in de Achterhoek en is het resultaat van een samenwerking met meer dan 30 partijen. Na de succesvolle pilot op boerderij 't Westendorp in Aalten is het project verder uitgerold. Vanuit de agenda is in eerste instantie budget vrijgemaakt voor de realisatie van de kunstwerken en middels een extra bijdrage is geïnvesteerd in Pers & PR en Marketing.

Vanuit de Vrijetijdsagenda is bijgedragen aan:

- De zichtbaarheid van de Achterhoek vergroten
- Identiteit en trots van de regio versterken door middel van cultuur en erfgoed
- Realisatie Reason to travel
- Meer (inter) nationale bezoekers
- bijzondere plekken en unieke verhalen tot leven brengen en toegankelijk maken voor een groot publiek.
- Gebouwen die doorgaans als lelijk worden beschouwd transformeren tot kunstwerken in de buitenruimte.
- Bijzondere doelgroepen aan elkaar verbinden.

In 2024 zijn vanuit de Vrijetijdsagenda een laatste keer middelen beschikbaar gesteld voor de Silo Art Tour. Niet om extra kunstwerken te realiseren, maar wel met doel om de zichtbaarheid te vergroten en productontwikkeling rondom de kunstwerken te realiseren. Binnen dit kader zijn er vijf actiepunten bepaald die de spin-off van de kunstwerken vergroten: Toeristische bebording, Ontwikkeling arrangementen, Realisatie Gidsengilde, PR en Marketing en promotie.



Vanuit de Vrijetijdsagenda is bijgedragen aan:

- Gast en inwoners bekend maken met de Silo Art tour
- Vergroten zichtbaarheid door middel van toeristische bebording
- Verbinding met andere streetart in de regio
- Samenwerking met bedrijfsleven o.a. ontwikkeling arrangementen
- Realisatie gidsengilde
- In overleg met VVV's / ondernemers
- Ontwikkeling e-learning en gids in één dag programma
- PR, marketing en promotie

De acties die in het kader van de Silo art tour worden gerealiseerd, worden opgenomen in de corporate taken van Achterhoek Toerisme. Hieronder vallen:

- Onderhoud en beheer van de toeristische bebording en de routes
- Online samenbrengen van aanbod via siloarttour.nl en achterhoek.nl
- Pers & PR
- Betrokkenheid Gidsengilde
- Digitale ontsluiting arrangementen

C. Stimuleren en ondersteunen verbeteringen routekwaliteit

Als onderdeel van deze actie zijn de Toeristische Overstap Punten (TOP's) verder doorontwikkeld. Zie voor meer informatie ook speerpunt 4, actie C.



D. Onbeperkt genieten in de Achterhoek

Meer dan 12% van de Nederlandse bevolking heeft een matige of ernstige beperking, zowel lichamelijk als verstandelijk. Net als alle anderen verlangt ook deze groep naar een zorgeloze vakantie of een dagje uit in eigen land.

2020 - 2023

Tijdens de eerste fase van Onbeperkt Genieten zijn bijeenkomsten georganiseerd om het programma te structureren en ondernemers te inspireren en te ondersteunen bij het verwelkomen van de doelgroep. Stichting Achterhoek Toerisme is een partnerschap aangegaan met Ongehinderd, een organisatie die zich richt op het verbeteren van toegankelijkheid. Ongehinderd heeft 150 Achterhoekse bedrijven beoordeeld op toegankelijkheid en deze opgenomen in hun app. Dankzij onderzoek en kennisdeling hebben we meer inzicht gekregen in toegankelijke bestemmingen, wat we vervolgens hebben gedeeld met ondernemers via een e-training. Met de aanleg van 19 handbikeroutes, verbetering van de vindbaarheid van het toeristische platform achterhoek.nl voor de doelgroep en een gerichte marketingcampagne hebben we het aanbod samengebracht en de doelgroep aangemoedigd om de Achterhoek te verkennen.

Gerealiseerd

- Organisatie bijeenkomsten
- Toetsing 150 bedrijven op toegankelijkheid
- Realisatie 19 handbikeroutes
- (Technische) aanpassingen toeristische portal t.b.v. vindbaarheid
- Ontwikkelen netwerk
- Contentcreatie en audiodiscriptie video's
- Marketingcampagne, waaronder Google Ads campagne en media inkoop

In 2024 is gewerkt aan de toegankelijkheid van het platform in overeenstemming met zowel Nederlandse wetgeving als de Europese Accessibility Act van 2025. Scans zijn uitgevoerd en er zijn maatregelen genomen om certificering te behalen. We delen kennis over toegankelijkheid met de sector om bewustzijn te vergroten over het belang en de mogelijkheden. Het routeaanbod wordt uitgebreid met twee rolstoelroutes per gemeente én zijn bestaande handbikeroutes gecontroleerd. Binnen de marketingactiviteiten van Stichting Achterhoek Toerisme is het aanbod van verblijfsrecreatie en dagrecreatie gebundeld om de Achterhoek te presenteren als dé regio waar onbeperkt genoten kan worden. Als regio zijn we opgenomen in de Ongehinderd app, waarmee we laten zien dat we gastvrijheid hoog in het vaandel dragen.

**Te realiseren**

- Scans en technische aanpassing digitale toegankelijkheid toeristisch platform
- Achterhoek.nl, campagne sites en aangesloten websites VVV'
- Realisatie Kennisprogramma en impulsregeling voor ondernemers
- Realisatie 18 Rolstoelroutes en controle handbikeroutes
- Marketingcampagne

De producten die in het kader van Onbeperkt Genieten worden gerealiseerd, worden opgenomen in de corporate taken van Achterhoek Toerisme. Hieronder vallen:

- Toegankelijkheid van de toeristische portaal
- Controle, beheer en onderhoud van de routes
- Online samenbrengen van aanbod
- Zichtbaarheid Achterhoek in de Ongehinderd app (+ 320.000 gebruikers) t/m 2028)



E. Natuurlijk te gast in de Achterhoek (lobby ontsluiting nieuwe natuurgebieden)

Met het project 'Natuurlijk te gast in de Achterhoek' werken we met diverse stakeholders in de Achterhoek aan natuur en recreatie in balans. Het gaat hierbij om een samenwerking tussen gemeenten, terrein beherende organisaties, landgoedeigenaren, de recreatiesector, het waterschap en andere stakeholders. Insteek is om gezamenlijk te zoeken naar kansen om knelpunten tussen recreatie en natuur te verminderen, goede voorbeelden te delen en gewenste interventies te ontwikkelen.

Er hebben in 2024 verschillende bijeenkomsten plaatsgevonden met de stakeholders. De eerste bijeenkomst was gericht op kennismaken, speerpunten uitwisselen en gezamenlijke knelpunten onderzoeken waarbij de verschillende partijen het gedeelde belang onderschreven en nut en noodzaak van gezamenlijk optrekken hierin gevoeld werd. De tweede bijeenkomst had ten doel om met elkaar een prioritering in de interventies aan te brengen. Om de samenwerking verder te concretiseren en om met de partijen aan de slag te gaan met de interventies, volgen er nog 2 bijeenkomsten in 2024. We worden in dit proces ondersteund door Bureau De Lynx die de verkenning van de interventies trekken en ondersteunen bij het verder uitbouwen van de samenwerking tussen de stakeholders. Het is de intentie om na deze bijeenkomsten op initiatief vanuit de Vrijetijdsagenda, de samenwerking tussen de partijen structureel te borgen.



F. Food en de vrijetijdssector

Achterhoek Toerisme heeft in opdracht van het POHO VE onderzocht hoe de Achterhoek zich als (internationale) culinaire bestemming kan profileren. De conclusie was dat de regio over waardevolle ingrediënten beschikt om zich sterker te positioneren op het gebied van eten en drinken, maar m.u.v. het najaar (wild eten) geen culinaire bestemming is. Een cross-sectorale aanpak kan hierbij een significant verschil maken voor de economie van de Achterhoek en het behoud van het unieke landschap. Om deze reden is een uitvoeringsprogramma gestart om de positionering van 'Achterhoek Food' te versterken. Er is een goede basis gelegd om de 'Achterhoekse Smaakmakers' te promoten, waarbij het aanbod gebundeld is en ondernemers zijn gestimuleerd om hun verhaal beter te vertellen via het Kennisprogramma Storytelling.

Gerealiseerd

- Inzet food coördinator
- Onderzoek binnen en buiten de regio door onder andere interviews en enquêtes
- Adviesrapport met actieplan
- Kennisprogramma Storytelling voor producenten, verwerkers en horeca
- Incl. fotografie en professionele begeleiding ondernemersverhalen
- Bundelen aanbod en initiatieven op toeristische platform
- Aansluiting bij regionale initiatieven
- Ondersteunen cross sectorale initiatieven

Het vervolg op de eerste inzet is het aanhaken van het bedrijfsleven bij een foodcampagne, zodat we de smaakmakers duurzaam onder de aandacht kunnen brengen van gast en inwoner. Naast het duurzaam betrekken van het bedrijfsleven, heeft Achterhoek Toerisme zich verbonden aan diverse regionale initiatieven, met als uiteindelijk doel een consistente profilering en boodschap te bewerkstelligen. De richting die we hebben bepaald vanuit de verkenning is regionaal getoetst bij zowel het bedrijfsleven, belangenbehartigers als bij overheden en kan hierbij als leidraad dienen.

Gerealiseerd

- Start consumentencampagne i.s.m. bedrijfsleven; Smaakmakers van de Achterhoek
- Realisatie website
- Aanhaken bedrijfsleven
- Mediacampagne
- Aansluiting met uiteenlopende initiatieven binnen de regio, waaronder de Achterhoek Food raad





Vervolg

De campagne Achterhoekse Smaakmakers wordt bij voldoende draagvlak na 2024 gefinancierd door het bedrijfsleven en wordt daarmee verankerd binnen de activiteiten van Achterhoek Toerisme.

G. Zakelijke markt / convention bureau

In de Achterhoek zagen we de behoefte aan een platform dat inspiratie biedt voor vergaderingen, bijeenkomsten en zakelijke overnachtingen. Het zakelijke aanbod was tot 2023 versnipperd en daardoor misten we kansen om de regio onder de aandacht te brengen bij de zakelijke markt. Het Achterhoek Convention Bureau biedt bedrijven binnen en buiten de Achterhoek een overzicht bij hun zoektocht naar inspirerende locaties. We verwachten nieuwe doelgroepen aan te trekken door een duidelijk overzicht te bieden van de mogelijkheden. Met een succesvolle start van de campagne hebben zich nu 65 bedrijven aangesloten, en dankzij de marketinginspanningen heeft het platform een sterke positie verworven onder eventorganisatoren die op zoek zijn naar geschikte locaties.

Gerealiseerd

- Samenbrengen aanbod van 65 bedrijven via www.achterhoekconventionbureau.nl
- Aantrekken nieuwe doelgroep buiten hoogseizoen
- Productontwikkeling, waaronder SEO geoptimaliseerde website en drukwerk
- Online en offline campagne
- Pers & PR
- Stand Event summit 2024

Er blijkt voldoende draagvlak onder het bedrijfsleven waardoor de campagne daarmee is opgenomen binnen de werkzaamheden van Achterhoek Toerisme.



5 | Speerpunt 2 Vitaliteit verblijfsrecreatie



A. Opstellen gezamenlijke doelstellingen

In navolging van het Vitaliteitsonderzoek Verblifsrecreatie uit 2019 hebben we met ondersteuning van de kennismakelaar en externe adviseur en tevens betrokkene bij Vitale Vakantieparken Veluwe Jan Lowin IJzerman in 2022 een aanpak uitgewerkt voor het voor het vitaal en daarmee toekomstbestendig houden van de verblifsrecreatie sector in de Achterhoek. Najaar 2022 is vervolgens projectleider Margaret van Diermen aan de slag gegaan met de verdere uitrol en uitvoering van het vitaliteitsprogramma. Het programma is in de zomers van 2023 en 2024 uitgebreid geëvalueerd en nadien aangescherpt. Meer informatie over het programma is te vinden op de website: [Vitale Verblifsrecreatie Achterhoek](#) | [Verblifsrecreatie-Achterhoek.nl](#).

Ondertussen (zomer 2024) hebben 36 bedrijven een intake gehad en zijn er 22 bedrijfsreviews (scans) uitgevoerd. Naast het begeleiden van bedrijven via de reviews zijn er ook 2 inspiratietours en 3 inspiratiesessies georganiseerd. Thema's waren omgaan met gedoe, bedrijfsopvolging in de familie en profileren als minicamping. Aan de tours en inspiratiesessies hebben 54 bedrijven (waarvan 42 unieke bedrijven) deelgenomen met in totaal 107 personen.

B. Borging bedrijfsmatige exploitatie

Als onderdeel van deze actie wordt tussen de gemeenten onderling kennis gedeeld. Ook zijn we aan het verkennen of er op ambtelijk niveau een masterclass kan worden gevolgd waarbij dit een van de thema's is.

C. Experimenteerruimte

We zijn voornemens om met andere gemeenten in contact te komen die hiermee experimenteren om ervaringen uit te wisselen.

D. Inzet vitaliteitscoaches

Vitaliteitscoaches worden ingezet binnen het vitaliteitsprogramma. Zie hiervoor ook speerpunt 2, actie A.



D. Beleid verblijfsrecreatie

Er is in 2024 opdracht gegeven aan Ginder om in kaart te brengen hoe de markt voor kleinschalige verblijfsrecreatie zich aan het ontwikkelen is. Inzicht hierin helpt gemeenten om initiatieven beter te kunnen toetsen.

Ad Fontem brengt daarnaast voor ons via een onderzoek in kaart welke begrippen en definities er door de verschillende gemeenten worden gebruikt in beleid rondom verblijfsrecreatie. We krijgen hierdoor beter in beeld in welke mate beleid tussen gemeenten verschilt (of juist overeenkomt). Dit helpt ons om meer inzicht te krijgen in de voor- en nadelen van beleidskeuzes.



6 | Speerpunt 3
Zichtbaarheid vergroten



A. Internationale marktbewerking (Duitsland en Vlaanderen) versterken

1) NBTC themajaar

Binnen deze actie hebben we deelgenomen aan het themajaar Ode aan het Nederlandse Landschap van het NBTC. In 2021 stond het Nederlandse landschap centraal in het NBTC themajaar 'Ode aan het landschap'. Het themajaar vierde de schoonheid en diversiteit van het Nederlandse cultuurlandschap. Als partner van het themajaar is meer aandacht en waardering voor het Achterhoekse landschap in binnen- en buitenland gerealiseerd. Er was aandacht voor de grote diversiteit aan landschappen en bijzondere activiteiten in dit landschap, waaronder de Silo art tour en de IJsselbienale, maar ook de Kerkenpaden, de Steengroeve, Nationale landschappen, Staringroute etc. Regionale activiteiten werden aangesloten door het aanbod samen te brengen. Door deelname aan het thema hebben we gewerkt aan de volgende doelstellingen:

- Vergroten we de naamsbekendheid en zichtbaarheid van de Achterhoek op de (inter) nationale markt;
- Genereren van meer bezoek en meer overnachtingen;
- Versterken van het netwerk van organisaties
- Vergroten waardering en aandacht voor het Achterhoekse landschap

Gerealiseerd

- Regio overschrijdende samenwerking met NBTC en DMO's in NL
- (Internationale) aandacht door mediacampagne waaronder Volkskrant, Libelle, Eropuit, Quest, National Geographic, Influencers etc.
- Verbinden aanbod binnen de regio en onder de aandacht brengen waaronder Achterhoek Nieuws, Vakantiekant, media Achterhoek Toerisme en online campagne
- Pers & PR

Omdat we terugkeken op een succesvol themajaar hebben we ervoor gekozen om 'ode aan het landschap' verder te omarmen. Om bewustzijn te vergroten, kennis te delen en bovenal een bijzondere ervaring te bieden tijdens een verblijf aan de regio, realiseren we een iconische route; de Ode aan het landschaproute. Met deze route willen we gast en inwoner op een toegankelijke wijze bewust maken van het bijzondere Achterhoekse landschap en dragen we bij aan spreiding door de regio. Door het realiseren van deze route en deellussen leiden we gast en inwoner door het mooie landschap heen, maar zijn we ook in de positie om gebieden te kunnen ontzien. We werken aan bewustzijn en delen informatie over de bijzondere landschappen die de regio rijk is. We onderscheiden de diversiteit van het landschap en leggen de verbinding tussen verleden, heden en toekomst.



Te realiseren

- Bewegwijzerde meerdaagse fietsroute van 370 km
- 5 deellussen tussen 60 en 80 km
- Aansluiting bij bestaande fiets- en wandelroutes
- Contentcreatie
- Opname routes en informatie op routeplatform Achterhoek Toerisme
- Boek over landschap en bezienswaardigheden langs de route
- Marketing en promotie
- Pers & PR

2) Duitse markt

We voorzien de komende jaren een groei in het inkomend toerisme vanuit Duitsland. Deze groei biedt kansen maar vraagt ook aandacht. We streven naar gasten die passen bij onze bestemming, met focus op kwaliteitstoerisme. Met de middelen vanuit de Vrijetijdsagenda willen we een solide basis leggen. Met het einde van de grensoverschrijdende samenwerking binnen het GTI 2-project van het Interreg-programma van de Euregio ontstaat er een leemte in de samenwerking om de Achterhoek en het aangrenzende grensgebied te positioneren en het netwerk te versterken. Budget dat beschikbaar is vanuit de Vrijetijdsagenda is ingezet voor productontwikkeling, het uitbreiden van een netwerk, het opzetten van een organisatie en gerelateerde zaken.

1. Versterking (online) marktpositie Duitse markt
2. Versterken grensbeleving door uitbreiding netwerk met partners
3. Ontwikkeling DE partnerprogramma

Gerealiseerd / nog te realiseren

- Aantrekken coördinator Duitse markt
- Actualisatie en optimalisatie online aanbod, waaronder achterhoekferien.de en routeaanbod
- Vergroten netwerk met Duitse partners
- Kennisdeling / arrangementontwikkeling
- Verkenning voor Partnerprogramma Duitse markt

De middelen die beschikbaar zijn gesteld vanuit de VE-agenda zijn een vliegwiel om een goede basis te leggen voor het verder uitbouwen van het netwerk, het versterken van de grensbeleving en de activatie op de Duitse markt. We kijken naar middelen om structureel inzet te blijven plegen.



B. Ondersteunen thematische campagnes

1) Corona campagne #zoveelomnaaruittekijken

Vanuit de middelen voor deze actie is de corona campagne #zoveelomnaaruittekijken gefinancierd. Deze imagocampagne werd in 2020 gelanceerd als reactie op de COVID-19 maatregelen, gericht op het behouden van de aandacht voor de Achterhoek bij potentiële gasten. Wat begon met het delen van inspirerende foto's en routes, evolueerde naar een crossmediale marketingcampagne met steun van Achterhoekse gemeenten en Provincie Gelderland. Na heropening van bedrijven verschoof de focus naar #Wekijkennaarjeuit, maar in november 2020 keerde men terug naar #Zoveelomnaaruittekijken. Gedurende de periode van gesloten deuren lag de nadruk op inspiratie om de top-of-mindpositie te behouden. Naarmate de situatie verbeterde, kreeg de campagne meer aandacht voor attracties, horeca en musea en stond een bezoek aan de bedrijven die door de maatregelen getroffen waren centraal.

De mediacampagne had een miljoenenbereik door inzet van onder andere:

- Radiocampagne NPO 1, NPO 2 en regionale omroepen in Nederland
- Lonely Planet Magazine
- Influencers
- Social media inspiratie campagne
- Google Ads campagne
- Billboard campagne

2) Kastelen, historische Buitenplaatsen en Landgoederen

Vanuit de Vrijetijdsagenda zijn middelen beschikbaar gesteld voor het Gelderse programma Kastelen, historische Buitenplaatsen en Landgoederen in het vizier. Binnen dit programma komen Kennis en Ontwikkeling, Netwerk en Marketing samen en wordt zowel aan de ontwikkeling van het kastelenproduct, als aan de marketing van de kastelen gewerkt. Het programma is gestart met het onderzoek naar de toeristische potentie van KBL in Gelderland, waarna het uitvoeringsprogramma is geschreven dat de drie genoemde onderwerpen omvat en in 2023 in uitvoering is gegaan. Ondertussen zijn de kennisprogramma's Storytelling en Customer journey afgerond, draait het marketingprogramma, waaronder de realisatie van de kastelenkaart en hebben netwerkbijeenkomsten plaatsgevonden. In 2024 staat de Duitse gast centraal in het Kennisprogramma, worden twee netwerkbijeenkomsten georganiseerd en streven we naar een groot bereik via de marketinginspanningen.



Belangrijkste resultaten

- Kennisprogramma's; Customer Journey, Storytelling en Warm ontvangst van de Duitse gast
- Investeringsregeling voor deelnemende KBL
- Netwerkbijeenkomsten
- Gelderse marketingcampagne; plattegrond, landingspagina, online en offline mediainkoop
- Achterhoekse marketingcampagne, waaronder magazine over Achterhoekse KBL, online en offline marketingcampagne



7 Speerpunt 4 Gastvrijheid bevorderen



A. Informatievoorziening up-to-date

In de Achterhoek is door VVV's, TIP's en Achterhoek Toerisme een plan opgesteld over de toekomst van informatievoorziening en gastheerschap in de Achterhoek. Bij enkele informatiepunten stond de continuïteit onder druk of waren zorgen of hoe een informatiepunt ook in de toekomst voldoende aantrekkingskracht en toegevoegde waarde kan behouden. Op basis van deze signalen is gezamenlijk de ambitie geformuleerd om de kwaliteit te gaan verbeteren, met behoud van zelfstandigheid en eigenheid en op verschillende schaalniveaus: Inspiratiecentra, gastvrijheidspunten en Informatiepunten bij TOP-bedrijven.

In de afgelopen jaren zijn 6 VVV Inspiratiepunten, 2 VVV Gastvrijheidspunten en 5 Inspiratiepunten bij ondernemers gerealiseerd. Bij de locaties is op verschillende niveaus gewerkt aan het bieden van een (interactieve) beleving en het bieden van inspiratie en informatie voor een bezoek in de Achterhoek. Naast het bieden van inspirerende locaties, werken we samen met het Kennisplein aan Gastvrijheidstrainingen en Inspiratiedagen voor medewerkers van de VVV's en ondernemers.

- Realisatie 6 VVV Inspiratiepunten,
- Realisatie 2 VVV Gastvrijheidspunten
- Realisatie 5 Inspiratiepunten bij ondernemers
- Digitale ontsluiting toeristisch / recreatieve aanbod op locatie
- Kwaliteitsimpuls gastheerschap dmv trainingen en inspiratiedagen

In 2024 worden nog 4 kleinere ondernemerslocaties gerealiseerd.

B. Ontsluiten locaties en verhalen d.m.v. digitale toepassingen

We hebben in de loop van de tijd besloten om de middelen voor deze actie op een andere manier in te zetten.



C. Doorontwikkeling Toeristische Overstap Punten (TOP's)

Een TOP staat voor Toeristisch Overstap Punt. Een “knooppunt” waar diverse bewegwijzerde en onbewegwijzerde routes samen komen. Om met name de routebeleving een grotere aandacht te geven in de ontwikkeling van deze locaties en gezien het enthousiasme waarmee de TOP-2.0 locaties zijn ontvangen, zijn er inmiddels zo’n 25 TOP-locaties uitgerold in de gehele Achterhoek.

Bereikte verbeterpunten

- Kwalitatieve verbetering informatieverstrekking op verschillende schaalniveaus;
- Innovatieve vernieuwing van bestaande TOP-locaties;
- Verbetering geleiding toeristenstroom via de TOP-locaties;
- Beter onder de aandacht brengen van toeristische bedrijven;
- Verbetering ontsluiting routestructuren

D. Achterhoekse kaart voor jongeren ontwikkelen

De Feestfabriek heeft enkele jaren geleden aangegeven graag samen te werken aan een nieuw product om ook een wat jongere doelgroep de schoonheid van de Achterhoek te laten beleven. Er zijn meerdere gesprekken geweest tussen de Feestfabriek, Achterhoek Toerisme en een afvaardiging vanuit de gemeenten. Helaas heeft dit om meerdere redenen niet geleid tot een realistisch product en is besloten om deze actie te laten vervallen en het budget voor andere acties in te zetten.



E. Inventarisatie onderwijs en arbeidsmarkt

Onderwijs en arbeidsmarkt is sinds wij onze vrijetijdsagenda hebben vastgesteld medio 2020 een nog belangrijker thema geworden. Het is in de tussentijd niet alleen prominenter op verschillende (bestuurlijke) agenda's geagendeerd, maar ook zijn de opgaven toegenomen en complexer van aard geworden. Doordat het thema door verschillende andere bestuurlijke gremia en organisaties wordt opgepakt (waaronder thematafel onderwijs en arbeidsmarkt van Achterhoek Ambassadeurs, maar ook door HISWA-RECRON en ondernemers zelf) heeft het POHO VE ervoor gekozen om zelf niet ook nog actief met dit thema aan de slag te gaan. Wel blijven we bij dit thema betrokken door input te geven aan bovengenoemde partijen zodat ook de link met de vrijetijdssector niet uit het oog wordt verloren.



8

Speerpunt 5
Positie vrijetijdssector
versterken



A. Lobbycampagne zichtbaarheid toerisme en recreatie in regio

Zowel op bestuurlijk als ambtelijk niveau is er aandacht gevraagd voor de vrijetijdssector. Dit heeft er onder andere toe geleid dat de vrijetijdssector is benoemd in de Achterhoek Agenda. Daarnaast is er een lobbybrief geschreven in aanloop naar de formatie van een nieuw college van Gedeputeerde Staten bij de provincie Gelderland om aandacht te vragen voor de vrijetijdssector.

B. Stimuleren en ondersteunen cross sectorale initiatieven

De afgelopen jaren hebben we in verschillende cross-sectorale initiatieven geïnvesteerd waarbij de een in de praktijk succesvoller bleek (onbeperkt genieten in de Achterhoek) dan de ander (SMAAS). We hebben desondanks in de loop van de uitvoeringsperiode ervoor gekozen om te blijven inzetten op cross-sectorale initiatieven omdat we hier een duidelijke meerwaarde in zien. Voorjaar 2023 hebben we besloten niet meer jaarlijks één thema centraal te stellen, maar meerdere onderwerpen tegelijkertijd op te pakken vanwege de (maatschappelijke) relevantie. Vanuit deze actie zijn de volgende cross-sectorale initiatieven opgepakt:

- Vrijetijdssector en natuur: Natuurlijk te gast in de Achterhoek (zie voor meer informatie pagina 15)
- Food en de vrijetijdssector (zie voor meer informatie pagina 16)
- Vrijetijdssector en sociaal domein: Onbeperkt genieten in de Achterhoek (zie voor meer informatie pagina 13).



C. SMAAS

In 2018 zijn we samen met ARRIVA, Achterhoek Ambassadeurs, gemeenten en een aantal ondernemers gestart met het pilotproject SMAAS (Smart Mobility As A Service). Doel van het project was om het vervoer tussen attracties en bezienswaardigheden in de Achterhoek te optimaliseren, zodat we meer en andere doelgroepen kunnen bedienen (bv. mensen zonder auto), het verblijf in de Achterhoek aantrekkelijker maken en van het vervoer door de Achterhoek meer een beleving maken. Dat wilden we doen door elektrische deelfietsen aan te bieden die iedereen, eventueel in combinatie met de trein of bus, kan gebruiken om van A naar B te komen; toeristen, zakelijke gasten en onze eigen inwoners.

Uiteindelijk zijn er elektrische deelfietsen op verschillende toeristische locaties en stations geplaatst. Het verloop van de pilot was wat ongelukkig door het uitbreken van de coronapandemie (waarbij thuisblijven het advies was gedurende een deel van de pilotperiode) en doordat de deelfietsen niet altijd naar behoren functioneerden. Eind 2021 is de pilot, die werd gecoördineerd vanuit de thematafel mobiliteit en duurzaamheid, geëindigd en daarmee ook de bijdrage vanuit de Vrijetijdsagenda.



9

Overkoepelende acties



A. Kennisplein

De ontwikkelingen in de markt gaan snel en zijn soms lastig bij te houden. Daarom is in 2019 het Kennisplein gelanceerd. Op dit interactieve platform vindt de sector op één plek alle informatie om gerichte keuzes te maken voor de toekomst. Vanuit het Kennisplein zijn in de periode 2020-2023 diverse onderzoeken uitgevoerd, is relevante data verzameld en is kennis gedeeld met de sector via factsheets, e-learning en tijdens diverse kennisbijeenkomsten.

Belangrijkste resultaten

- Monitor Toerisme Achterhoek uitgevoerd over het jaar 2020 en 2022.
- Vitaliteitsonderzoek Dagrecreatie & Horeca Achterhoek uitgevoerd in 2021-2022
- Gestart met een structurele tweejaarlijkse peiling onder toeristische ondernemers over ontwikkelingen in de sector
- Gastonderzoek uitgevoerd onder ruim 500 verblijfsgasten in de Achterhoek naar hun vakantiebeleving (2022)
- Dataverzameling provinciale/landelijke bronnen: o.a. Druktemonitor Provincie Gelderland, Onderzoek Inkomend Toerisme/Dagbezoek, Streden & Streken onderzoek, Leefstijlvinder.nl
- Aanschaf eigen databronnen: Trendata (Google zoekgedrag) en MTB-gebruikersdata
- Organisatie Achterhoek Inspiratiedagen voor de sector (2x per jaar, met gemiddeld 50-60 deelnemers per dag)
- Organisatie van 12 (meerdaagse) kennisprogramma's voor de sector met in totaal 194 deelnemers
- Organisatie van 22 online kennissessies met meer dan 500 deelnemers in coronatijd
- Organisatie Kennis- en Netwerkdag in 2021 en 2022
- Oplevering 13 nieuwe e-learning modules en hebben 377 deelnemers in totaal 995 e-learning trainingen gevolgd. 86% van de deelnemers beoordeelden de e-learning trainingen met goed of uitstekend
- Levering van diverse bijdrages/presentaties vanuit Kennisplein bij lokale toeristische bijeenkomsten

Om erachter te komen hoe de inwoners in de Achterhoek staan ten opzichte van toerisme en recreatie is in 2024 een onderzoek uitgevoerd. In het onderzoek is bewust gekozen om te vragen naar de houding t.o.v. toerisme in de eigen gemeente (i.p.v. de Achterhoek), zodat er straks ook op gemeentelijk beleidsniveau met de resultaten gewerkt kan worden. Het inwoneronderzoek heeft in 2022 al plaatsgevonden in Oost Gelre en in 2023 in Winterswijk. In het voorjaar van 2024 zijn de inwoners van Oude IJsselstreek, Doetinchem, Lochem, Berkelland, Bronckhorst en Aalten benaderd. De resultaten zijn inmiddels gepubliceerd.



B. Kennismakelaar

Tussen 2016 en 2023 is Annemiek Riefel actief geweest als kennismakelaar voor de vrijetijdssector in de Achterhoek. Zij fungeerde als een aanjager voor de sector en stimuleerde, ondersteunde, initieerde, faciliteerde en fungeerde als schakel tussen ondernemers en overheid. Naast dat zij de Vrijetijdsagenda 2020-2030 inclusief uitvoeringsagenda 2020-2023 heeft geschreven was ze na de vaststelling van de projecten ook inhoudelijk betrokken bij een aantal projecten waaronder het vitaliteitsprogramma verblijfsrecreatie, onbeperkt genieten in de Achterhoek, de Silo Art Tour en food.

In 2023 heeft de kennismakelaar aangegeven aan een andere opdracht toe te zijn en met haar activiteiten te willen stoppen. Omdat we ondertussen een praktisch ingestoken agenda hadden met een prettige werkwijze, projecten goed op stoom waren en ook bij Achterhoek Toerisme een aantal organisatorische veranderingen hebben plaatsgevonden was het voorsnog niet nodig om een nieuwe kennismakelaar aan te trekken.

C. Onvoorzien

De onvoorziene kosten zijn vooral uitgegeven aan een aanvullende bijdrage voor het project TOP's waardoor nog eens 10 locaties konden worden getransformeerd, de organisatie van de landelijke toerisme TOP, monitoring van het bereik van door ons geïnitieerde projecten en campagnes via Meltwater en het ontwikkelen van een lobbybrief t.b.v. de provinciale verkiezingen van 2023. Omdat de landelijke Toerisme TOP een speciaal evenement is voor de vrijetijdssector lichten we hieronder nog even toe wat wij hieraan hebben bijgedragen.

Jaarlijks organiseren het ministerie van Economische Zaken & Klimaat, de provincies, het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen en Gastvrij Nederland de Nationale Toerisme Top. Een bijeenkomst voor en door de gastvrijheidssector, waar belanghebbenden elkaar informeren en inspireren, kennis uitwisselen en elkaar ontmoeten. De Toerisme Top wordt jaarlijks in een andere provincie georganiseerd. In 2021 kwam de gastvrijheidssector samen in Winterswijk. Vanuit de Vrijetijdsagenda zijn middelen vrijgemaakt voor een extra gastvrij ontvangst de zondag voorafgaand aan de Toerisme TOP. Met 's middags een bezoek aan de Steengroeve en 's avonds een diner voor genodigden hebben we een warm welkom kunnen bieden voor onze landelijke partners en de Achterhoek op de kaart kunnen zetten.



D. Herijking Vrijetijdsagenda 2020-2030 en ontwikkelen uitvoeringsagenda 2025-2028

In 2024 heeft het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd opdracht gekregen om de huidige vrijetijdsagenda te herijken en een nieuwe uitvoeringsagenda te schrijven voor de periode 2025-2028.

E. Inzet manager

De gemeente Berkelland is al vele jaren de pengemeente voor de gemeentelijke samenwerking via het POHO VE. Ook levert de gemeente een 'manager' die de samenwerking organiseert, coördineert en managet. In 2020 is besloten om de gemeente Berkelland een jaarlijkse vaste vergoeding te geven voor de inzet van de manager.



10 | Ondersteuning vanuit de provincie Gelderland



Ondersteuning vanuit de provincie Gelderland

In de uitvoeringsperiode 2020-2024 is er intensief samengewerkt met de provincie Gelderland. De provincie heeft niet alleen op het gebied van kennis en ervaring ondersteuning geboden, maar ook financieel. In de periode 2020-2024 heeft de provincie twee keer subsidie verstrekt aan het POHO VE ten behoeve van de Vrijetijdsagenda en uitvoeringsagenda 2020-2024.

Covid-19 subsidie

De provincie heeft na het uitbreken van covid-19 subsidie beschikbaar gesteld voor de vrijetijdssector van Gelderland. Het POHO VE heeft een aanvraag gedaan ter waarde van € 145.000 die is gehonoreerd en ondertussen al is vastgesteld. We hebben hiermee het volgende gedaan (op basis van cofinanciering):

- Organisatie van webinars en follow-up voor ondernemers via het kennisplein van Achterhoek Toerisme.
- Onontdekte plekken onder de aandacht brengen via de routeplanner van Achterhoek Toerisme en via een bijbehorende campagne.
- Ondersteuning toegankelijkheidsplannen van ondernemers (wat vervolgens uitgroeide tot het project 'Onbeperkt genieten in de Achterhoek').
- Onderzoek naar de vitaliteit van dagrecreatie en horeca in de Achterhoek (bredere scope was mogelijk door deze bijdrage).

Investeringssubsidie vrijetijdsagenda 2020-2024

Ook hebben wij voor de uitvoeringsagenda een subsidie gekregen van de provincie Gelderland ter waarde van € 455.000. Deze bijdrage hebben we gebruikt als cofinanciering voor de volgende projecten:

- Ode aan het landschap
- Duitse markt
- Silo Art Tour
- Convention Bureau / zakelijke markt
- Vitaliteitsprogramma Verblijfsrecreatie Achterhoek
- Natuurlijk te gast Achterhoek
- Food
- Onbeperkt genieten in de Achterhoek

Een inhoudelijke toelichting op deze projecten staat op de voorgaande pagina's.



Financiën

In de agenda hebben we beschreven dat deze 'niet in beton is gegoten' waarmee we onszelf meegaven om flexibel om te gaan met de acties en budgetten als de situatie daarom vroeg. En dat hebben we af en toe gedaan. Soms kwam een actie namelijk niet van de grond en hebben we het losgelaten en de budgetten aan andere acties die succesvol waren, impact hadden en bijdroegen aan onze doelstellingen toegevoegd.

Hieronder is weergegeven wat er in de uitvoeringsperiode 2020-2024 is uitgegeven per speerpunt. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de bijdrage van de gemeenten bestaat uit de jaarlijkse bijdrage à 80 cent per inwoner per gemeente en voor een deel bestaat uit een overgeheveld restant uit de Vrijetijdsagenda 2016-2019.

Omdat we tijdens het opstellen van dit tussentijdse verantwoordingsdocument nog in de uitvoeringsperiode zitten en niet alle acties en diensten zijn gefactureerd, geeft onderstaand schema een overzicht van de uitgaven die we verwachten te maken in de uitvoeringsperiode 2020-2024.

Speerpunt	Bijdrage Vrijetijdsagenda 2020-2024	Bijdrage provincie - investeringssubsidie	Bijdrage provincie covid-19	Totaal
Speerpunt 1 Aanbodontwikkeling	€ 335.000	€ 135.000	€ 80.600	€ 550.600
Speerpunt 2 Vitaliteit verblijfsrecreatie	€ 181.000	€ 136.000*	-	€ 317.000
Speerpunt 3 Zichtbaarheid vergroten	€ 293.000	€ 90.000	€ 50.000	€ 433.000
Speerpunt 4 Gastvrijheid bevorderen	€ 350.000	-		€ 350.000
Speerpunt 5 Positie vrijetijdssector versterken	€ 120.000	-		€ 120.000
Overkoepelend (incl. onvoorzien)	€ 335.000	-	€ 14.400	€ 349.400

* Voor dit speerpunt hebben wij een subsidie ontvangen van de provincie à 230.000. We zijn in gesprek met de provincie om dit project te verlengen in 2025 zodat we de subsidie kunnen opmaken.