



HERIJKING TOERISME EN RECREATIE



gemeente Bronckhorst



Aanleiding

De toeristische visie is in 2019 vastgesteld door de raad. Omdat we halverwege de looptijd van de visie zitten hebben we een tussentijdse interne beleidsevaluatie uit laten voeren. De bevindingen die daaruit voortkomen – aangevuld met onze eigen ervaringen en inzichten – leiden er toe dat we de koers voor de komende periode gaan aanscherpen.

We hebben de afgelopen periode veelal ingezet op product- en campagneontwikkeling, en samenwerking tussen de verschillende partijen. Dat heeft nog niet geleid tot de gewenste resultaten. We zetten daarom de komende periode meer in op andere doelstellingen uit de visie. Een aantal actiepunten voeren we niet meer of op een andere manier uit. Uit het advies blijkt dat er een aantal actiepunten uit de visie geen prioriteit meer hebben, niet meer aansluiten of niet haalbaar zijn. Deze adviezen nemen we over.

We geven in deze herijking en in onze manier van werken specifiek aandacht aan de volgende adviezen:

- Meer regie op overkoepelende thema's;
- Procesmatige aanpak projecten;
- Duidelijke rol- en taakverdeling tussen de verschillende actoren

Hieronder volgt een uiteenzetting van de huidige situatie van de uitvoer van de visie, en daarna een schematisch overzicht van de herijking. Daarna volgt per (gewijzigd) actiepunt een korte uitwerking.

Huidige situatie uitvoering visie

Actie	Speerpunt 1 Profieluitwerking	Speerpunt 2 Organisatiestructuur en informatievoorziening	Speerpunt 3 kennis en facilitering	Speerpunt 4 Regionale inbedding
1	Professionele uitwerking toeristisch profiel	Opstellen prioriteitenplan	Versterken kennisbasis ondernemers	Voortzetting Achterhoek Toerisme
2	Verbetering beleefbaarheid	Eén toeristisch platform	Ontwikkelen verhalen	Uitwerking Vrijetijdsagenda
3	Pilot augmented castle	Opstellen van een convenant	Facilitering als agendapunt	
4	Stimulering productontwikkeling	Opstellen masterplan toeristische informatievoorziening 2.0	Meetinstrument druk- en draagkracht	
5	Content- en campagneontwikkeling			

	Uitvoering actiepoint voortzetten
	Uitvoering actiepoint, maar op een andere manier
	Uitvoering actiepoint stoppen

Herijking uitvoering visie

Actie	Speerpunt 1 Profieluitwerking	Speerpunt 2 Organisatiestructuur en informatievoorziening	Speerpunt 3 kennis en facilitering	Speerpunt 4 Regionale inbedding
1	Professionele uitwerking toeristisch profiel	Opstellen masterplan toeristische informatievoorziening	Versterken kennisbasis ondernemers	Voortzetting Achterhoek Toerisme
2	Uitrollen Tot Slot! in Bronckhorst campagne: - Verbetering beleefbaarheid - Pilot augmented castle - Stimulering productontwikkeling - Content- en campagneontwikkeling	Organisatiestructuur en inzet middelen (waaronder: facilitering als agendapunt)	Ontwikkelen verhalen kastelen en landgoederen	Uitwerking Vrijetijdsagenda

	Gemeente
	Regiocoördinator
	Mothership

1.1 Professionele uitwerking toeristisch profiel

Op dit moment is het profiel nog slechts een korte beschrijving: Achterhoekse kastelen en landgoederenregio. Dit kan breed geïnterpreteerd worden, zodat ook verhalen rondom het boerenlandleven en het coulisselandschap hieraan gekoppeld kunnen worden. Er is relatief snel een stap gemaakt naar het merkconcept Tot Slot! in Bronckhorst, maar de uitwerking van het profiel ontbreekt. Door kort en bondig te beschrijven wat het profiel is en hoe het merktconcept Tot Slot! zich daartoe verhoudt, voorkomen we verwarring. We onderscheiden hierdoor profiel en merkconcept/campagne van elkaar.

De regiocoördinator zal de beschrijving van het toeristisch profiel verder uitwerken, zodat het een duidelijk en stevig leidraad vormt voor de productontwikkeling en de vermarkting van de regio. Daarin wordt duidelijk welke iconen in de etalage worden gezet en wat het centrale verhaal van Bronckhorst is. Hierdoor verduidelijken we hoe we Bronckhorst willen etaleren en hoe we willen dat andere stakeholders dat doen.

1.2. Uitrollen Tot Slot! in Bronckhorst campagne

Tot Slot! in Bronckhorst is de paraplu boven het toeristisch veld. Deze campagne ontwikkelde de Feestfabriek ten tijde van corona. Het idee erachter is dat dit een verdienmodel biedt voor onze ondernemers en kasteel- en landgoederen. Met de campagne willen we bereiken dat er meer recreatief aanbod voor bezoekers en inwoners komt. Dit leidt tot meer bestedingen en meer (herhaal)bezoeken. Dit alles heeft tot doel om de voorzieningen en leefbaarheid in onze kernen in stand te houden en te verbeteren.

We zijn nu aangekomen bij de fase van uitvoering door het vullen van de campagne met aanbod. We hebben de afgelopen periode ingezet om dit van onderaf vorm te geven. Dat heeft niet tot het gewenste resultaat geleid. Het advies uit de interne beleidsevaluatie is om als gemeente meer regie te pakken over dit soort overkoepelende thema's. Dat advies gaven we al vorm door Mothership in te schakelen om ons te helpen bij de uitrol van de Tot Slot! campagne. Dat heeft tot nu toe tot positieve resultaten en meer draagvlak bij de ondernemers en kasteel- en landgoedeigenaren geleid. Mothership heeft een aantal creatieve concepten opgeleverd om de campagne te vullen, bijvoorbeeld het (tijdelijk) herbouwen van het kasteel Bronckhorst, een luchtkastelenfestival, modern schatgraven, eten van weleer of het ontwikkelen van een landmark. Deze concepten geven inspiratie om de campagne verder uit te rollen. (Ter info: niet alle concepten kunnen uitgevoerd worden binnen de bestaande budgetten.) Deze samenwerking met Mothership willen we structureel voortzetten en uitbouwen. We rollen de campagne verder uit met Mothership en met onze ondernemers en de kasteel- en landgoedeigenaren.

In deze herijking van de toeristische visie brengen we een aantal actiepunten uit de visie onder in dit overkoepelende actiepunt (1.2. Uitrollen Tot Slot! in Bronckhorst campagne):

- Verbeteren beleefbaarheid kastelen en landgoederen
- Pilot augmented castle
- Stimulering productontwikkeling
- Content- en campagneontwikkeling

De nog te formeren vervolgopdracht aan Mothership zal deze onderdelen behelzen. De regiocoördinator zal hierin ook een belangrijke rol spelen.

Het resultaat wat we voor ogen hebben is een Tot Slot! in Bronckhorst campagne, gevuld met jaarrond recreatieve content en aanbod.

- Variatie in uitvoeren concepten gericht op verschillende doelgroepen;
 - Rolling Tweed als jaarlijks terugkerend event, toegankelijk voor verschillende doelgroepen, waarbij elk jaar een nieuwe route centraal staat.
 - Een jaarlijks zomerprogramma waarin nieuwe concepten en bestaand aanbod samenkomen. We houden daarbij rekening met geografische spreiding, maar ook verschillende doelgroepen en orde van grootte van de concepten en het aanbod.
 - Kasteel Bronckhorst interactief beleven, o.a. via Augmented Reality.
 - Met het concept Landmark Bronckhorst sluiten we aan bij de maatschappelijke ontwikkelingen in het buitengebied (duurzaamheid, energietransitie etc.).
- Verbinden van bestaande en nieuwe initiatieven die hierop aansluiten en aanjagen van stakeholders om aanbod te ontwikkelen;
- Doorontwikkelen van bestaand aanbod en inspireren van stakeholders om aansluiting te zoeken bij de campagne;

2.1 Opstellen masterplan toeristische informatievoorziening

We stellen een masterplan op om de toeristische informatievoorziening te verbeteren en toekomstbestendig te maken. In de uitvoering hiervan zal een belangrijke rol voor de regio coördinator liggen. Er is behoefte aan een centraal en professioneel trekker op dit gebied.

De gemeente Bronckhorst is een gastvrije gemeente en straalt dat uit in de informatievoorziening. De toeristische informatie moet zowel centraal als decentraal aangeboden worden en de focus ligt op online informatievoorziening. Daar heeft de regiocoördinator een belangrijke rol in. Daarnaast moet de basis duidelijk in beeld gebracht worden. De offline informatievoorziening gaat via de lokale gastheren, in samenwerking met de regiocoördinator.

Tot nu toe gerealiseerde doelstellingen:

- Fysiek eigentijds gastvrijheidspunt in Vorden;
- Gezamenlijke website;
- Doorontwikkeling TOP-locaties inclusief online en offline informatievoorziening (4 TOP-locaties hebben een touchscreen, 1 locatie een informatiepaneel);

In het masterplan worden o.a. de volgende doelstellingen meegenomen:

- Doorontwikkelen website en social media uitingen voor Tot Slot! op basis van de te ontwikkelen content- en campagne strategie;
- Stimuleren van inspiratie op locatie bij ondernemers, aansluitend bij de uitingen van Achterhoek Toerisme;
- Ontwikkelen van een pakket aan eenduidige (offline) uitingen voor de recreatieve infrastructuur;
- Ontwikkelen van een pakket aan offline uitingen en promotiemateriaal voor Tot Slot! in Bronckhorst;
- Pilot oplaadpunten voor elektrische fietsen bij de TOP-locaties;

2.2 Organisatiestructuur en inzet middelen

1. Gemeente

De gemeente heeft over het algemeen een faciliterende rol naar het toeristisch veld. We zien onszelf als volwaardig samenwerkingspartner, en staan samen met het toeristisch veld aan de lat om de gezamenlijke doelen te behalen. We staan daarbij ook met de 'poten in de klei' en pakken ook uitvoerende taken op. Op overkoepelende thema's zullen we (meer) regie gaan pakken.

Beleidsadviseur / accountmanager

- Uitvoering visie
- Samenwerkingspartner toeristisch veld
- Samenwerkingspartner Achterhoek Toerisme
- Inzet middelen
- Regionale samenwerking / uitvoering Vrijetijdsagenda Achterhoek
- Accountmanagement

Ondersteuner

- Ondersteuning uitvoering visie

2. Achterhoek Toerisme

Achterhoek Toerisme (AT) is de regionale partner op het gebied van destinatiemanagement, -ontwikkeling en -marketing. Daarnaast is AT volwaardig samenwerkingspartner binnen het POHO VE in de opgave om de Achterhoekse vrijetijdseconomie toekomstbestendig te maken. De rol van de regiocoördinator zal minder gericht zijn op verbinding leggen en meer gericht zijn op marketing- en communicatie en productontwikkeling.

Regiocoördinator

- Marketing en communicatie

- Content- en campagne ontwikkeling
- Ontwikkeling (nieuwe) toeristische producten
- Ontwikkelen verhaallijnen
- Bevorderen samenwerking tussen verschillende betrokken en creëren van draagvlak voor inactieven
- Uitrollen en doorontwikkelen initiatieven en projecten in samenwerking met Mothership

3. Mothership

Mothership zien we als strategisch partner in het uitrollen van de Tot Slot! in Bronckhorst campagne en in het aanjagen en verbinden van initiatieven die ons gebied op de kaart zetten. We verkennen een structurele samenwerking om zowel de Tot Slot! campagne op een hoger niveau te tillen als ook om een strategische koppeling te leggen met de grote maatschappelijke opgaven waar we als gemeente voor staan. Toerisme en recreatie is immers een belangrijke component in opgaven zoals klimaatverandering, energietransitie en ontwikkelingen in het platteland.

Voor de uitrol van Tot Slot! geldt:

- Ontwikkelen en uitvoeren projecten, waaronder Rolling Tweed (zie conceptenboek Tot Slot! in Bronckhorst)
- Aanjagen en verbinden van initiatieven onder de Tot Slot! campagne
- Aanjagen van samenwerking tussen verschillende stakeholders (zowel voor ondernemers, kasteel- en landgoedeigenaren als (maatschappelijke) organisaties)

4. Toeristische platformen

De toeristische platformen zien we als belangrijke partner in het lokale gastheerschap. Het advies uit de evaluatie om niet meer in te zetten op één toeristisch platform nemen we over. Het initiatief tot verdere onderlinge samenwerking door de toeristische platformen ligt bij de platformen zelf. De positionering van deze samenwerking, 5TPB, onderschrijven we.

Toeristische platformen / 5TPB:

- Lokaal gastheerschap
- Schakel voor ondernemers

- Gesprekspartner voor overheid, ondernemers en organisaties
- Lokale toeristische informatievoorziening en recreatieve infrastructuur

5. Klankbordgroep

De klankbordgroep had in de aanloop naar de toeristische visie en de eerste fase van de uitvoering een belangrijke rol als sparringpartner. In deze fase van de uitrol van de visie en de campagne is er behoefte aan een uitvoeringspartner. Daarnaast laat de evaluatie zien dat er verschillende knelpunten zijn waardoor de klankbordgroep in deze fase niet effectief kan opereren. Het advies uit de evaluatie om dit overlegorgaan in de huidige vorm te beëindigen nemen we over.

6. Kasteel- en landgoederen

Met de campagne willen we de kasteel- en landgoedeigenaren in onze gemeente een mogelijkheid tot een extra verdienmodel bieden, passend bij hun wensen en situatie. Hiervoor zullen we in overleg met de voorzitter van de BKB (Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad) bekijken welke mogelijkheden tot aansluiting te vinden zijn.

Inzet middelen

De opbrengsten van de toeristenbelasting vloeien terug naar de sector. We zullen, naar het advies uit de evaluatie, jaarlijks inzicht geven in de bestedingen van de toeristische budgetten. Naast de huidige inzet van middelen willen we komende periode verkennen hoe we de middelen beter in kunnen zetten om de beleefbaarheid van het toeristisch profiel (kastelen en landgoederen) van onderaf te vergroten. De laagdrempelige subsidieregeling Tot Slot! had niet het gewenste effect en we verkennen verschillende mogelijkheden. Daarnaast verkennen we de mogelijkheid om een fonds op te zetten voor kastelen en landgoederen.

3.1 Versterken kennisbasis ondernemers

Vanwege corona en de nasleep daarvan heeft dit onderdeel uit de visie nog geen invulling gekregen. Dit gaan we opnieuw oppakken aan de hand van drie lijnen:

1. Stimuleren ambassadeurschap Kastelen en Landgoederen

In de gemeente heeft het IVN-programma Gastheer van het Landschap al plaatsgevonden. In navolging van dit programma zullen we met IVN en/of Achterhoek Toerisme een programma ontwikkelen voor ondernemers om een soortgelijk programma op te zetten rondom het thema Kastelen en Landgoederen.

Daarnaast gaan we twee keer per jaar (buiten het toeristisch seizoen) laagdrempelige kennisateliers organiseren voor de sector. Daarbij komen in ieder geval de thema's storytelling en product- en arrangementontwikkeling aan bod. We halen in het veld op aan welke thema's nog meer behoefte is.

Daarnaast zet de regiocoördinator een e-learning op rondom het profiel kastelen en landgoederen. Hierdoor kunnen stakeholders de verhalen uitdragen en producten ontwikkelen passend bij het toeristisch profiel.

Bij dit alles is het van belang dat de verschillende stakeholders in het toeristisch veld elkaar (beter) leren kennen en weten te vinden. De zomerborrel die we in 2023 organiseerde is een goed voorbeeld om dit netwerk te versterken. In navolging daarvan zullen we twee keer per jaar een netwerkborrel organiseren; een zomerborrel en een winterborrel.

2. Aanbieden kennisprogramma 'ken uw gast'

In de visie is opgesteld dat de gemeente een 'langdurig kennisprogramma zal faciliteren, gebaseerd op de Leefstijlvinder en het toepassen daarvan op de bedrijfsvoering en de sector. De ervaring leert dat het een hoge drempel is voor deelname wanneer er een langdurige tijdsinvestering van de stakeholders wordt gevraagd. Op basis van de ervaringen van de kennisateliers kunnen we beoordelen of er voldoende animo is voor een langdurig kennisprogramma. Bij voldoende animo starten we met een pilot van één ronde, na het toeristisch seizoen van 2024. Afhankelijk van het succes en de behoefte aan het programma kunnen er meerdere rondes op een later moment gestart worden.

3. Kennisprogramma ondernemerschap

In de regio is het programma Vitale Verblijfsrecreatie Achterhoek gestart. Dit programma komt voort uit de Vrijetijdsagenda Achterhoek. Dit programma sluit aan bij de wens van ondernemers uit de gemeente. Het programma Vitale Verblijfsrecreatie Achterhoek is een verdiepend kennisprogramma, waarin via individuele coaching en een gezamenlijke programma wordt gewerkt aan ondernemerschap binnen de verblijfsrecreatie. We organiseren daarom geen op zichzelf staand programma voor de gemeente Bronckhorst, maar stimuleren en informeren onze ondernemers om mee te doen met het programma Vitale Verblijfsrecreatie Achterhoek.

3.2 ontwikkelen verhalen kastelen en landgoederen

Er zijn in ons gebied veel bijzondere verhalen over het toeristisch profiel te vertellen. Dat gaat over zowel historische feiten en verhalen, maar ook bijzondere personen of gebieden, de relatie met het landschap en ontwikkeling van de dorpen en het stadje Bronckhorst. De verhalen zijn nog onvoldoende bekend en/of beleefbaar. Om voldoende 'basismateriaal' voor productontwikkeling en storytelling te generen, moeten de verhalen bekend worden en met elkaar verbonden.

Hier ligt een belangrijke verbindende rol voor de regiocoördinator en Mothership. Door het verbinden van de juiste partijen kunnen verhalen en projecten verder gebracht worden. Daardoor ontstaat er 'basismateriaal' om het kastelen en landgoederenprofiel in de breedte te kunnen laden.

Daarnaast is het creëren van bewustwording en betrokkenheid bij bezoekers en inwoners een belangrijk onderdeel bij het uitwerken van de verhalen. Daarvoor leggen we de verbinding met de regionale projecten 'Natuurlijk te gast in de Achterhoek' en 'Ode aan het landschap' vanuit de Vrijetijdsagenda. We vertalen dit door naar de situatie in Bronckhorst. We verkennen ook de mogelijkheid om door IVN een nieuwe editie 'Gastheer van het landschap' uit te voeren. Hierbij willen we de uitdagingen waar landgoederen in Bronckhorst mee te maken hebben (bijv. op het gebied van droogte en klimaat, maar ook in onderhoud en behoud) onderdeel maken van het programma (zie 3.1.1.).