

# Achterhoekse kastelen- en landgoederenregio

Beleidsvisie recreatie en toerisme  
gemeente Bronckhorst



**gemeente Bronckhorst**

Gemeente Bronckhorst en Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, december 2019.

**Auteur** Colin Rijmers, gemeente Bronckhorst

*Met ondersteuning van:  
Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd  
drs. J.J. (Jan Jaap) Thijs  
E.H. (Edwin) van der Woude*

**Fotomateriaal** Gemeente Bronckhorst en Achterhoek Toerisme

# Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
1 Inleiding	4
2 Dromen...	5
3 Ambitie en doelen: economische groei en een prettige leefomgeving	7
4 Analyse	10
5 Het toeristisch profiel	12
6 Speerpunten	14
7 Tijd voor actie; uitvoeringsagenda	16
7.1 Overzicht	16
7.2 Rol van de regiocoördinator	16
7.3 Speerpunt 1 Uitwerking van het profiel naar productontwikkeling en marketing	17
7.4 Speerpunt 2 Zorg voor een heldere organisatiestructuur en informatievoorziening	20
7.5 Speerpunt 3 Kennis en facilitering	24
7.6 Speerpunt 4 Regionale inbedding	26



# 1 Inleiding

De gemeente Bronckhorst heeft binnen haar gebiedsgrenzen veel te bieden voor haar inwoners en bezoekers. Bronckhorst is een uitgestrekte plattelandsgemeente, met typisch Achterhoeks coulisselandschap, veel kastelen en landgoederen, prachtige routenetwerken, levendige dorpjes en het kleinste stadje van Nederland: Bronckhorst. Omgeven door de IJssel (met aan de overkant van deze kronkelende rivier de Veluwe), twee prachtige Hanzesteden (Zutphen en Doesburg) en de rest van de Achterhoek. Kortom: een gebied om trots op te zijn! De vrijetijdssector is een belangrijke sector voor de gemeente, niet alleen als het gaat om de bijdrage aan de economie en werkgelegenheid, maar ook als het gaat om de leefbaarheid in onze mooie gemeente. Om hierbij het onderste uit de kan te kunnen halen, is het van belang dat de gemeente Bronckhorst zich, samen met de toeristisch-recreatieve ondernemers en andere betrokkenen binnen de gemeente, hard maakt voor een vitale en toekomstgerichte sector. Daarom heeft de gemeente het initiatief genomen om een toeristisch-recreatieve visie op te stellen en deze uit te werken naar een concreet actieprogramma.

## Het belang van toerisme

Het toerisme is de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden voor de Nederlandse economie. De gemiddelde Nederlandse economie groeide tussen 2010 en 2016 met ongeveer 7,2%, terwijl de toerismesector in diezelfde periode een groei heeft doorgemaakt van 26,2%. Met andere woorden: het toerisme neemt een steeds belangrijker deel in van de Nederlandse economie en dit aandeel zal naar verwachting alleen maar groeien. Alleen daarom al is het van belang voor de gemeente Bronckhorst om hier nu beleid op te maken. In Bronckhorst zorgt de vrijetijdssector nu al voor zo'n 7,4% van de banen in de gemeente (cijfers uit 2017).

## Totstandkoming visie

Deze visie is tot stand gekomen in samenspraak met betrokken ondernemers en organisaties uit de gemeente Bronckhorst en de regio, via interviews, drie sessies met een zogenaamde 'klankbordgroep' en een uitgebreide stakeholderbijeenkomst waar iedereen die graag mee wilde denken welkom was. Daarnaast is voor de totstandkoming van dit document een deskstudie uitgevoerd waarbij relevante beleidsdocumenten en onderzoeken zijn geraadpleegd. De totstandkoming van dit document is begeleid door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.

## Leeswijzer

In hoofdstuk 2 geven we eerst, *illustratief*, een droom voor de toekomst weer. Hoe zou Bronckhorst in 2025 er toeristisch voor kunnen staan? In hoofdstuk 3 gaan we in op de ambities en doelen van deze visie.

Een analyse van de situatie in de gemeente Bronckhorst is te vinden in hoofdstuk 4; we geven een overzicht van de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen als het gaat om toerisme en recreatie in onze gemeente. In hoofdstuk 5 vertalen we deze analyse naar vier speerpunten voor het nieuwe beleid van de gemeente, die we in hoofdstuk 6 uitwerken naar concrete acties.



## 2 Dromen...

We nemen u even mee naar het voorjaar van 2025. Een droom als *inspiratie* van hoe de toerist in de toekomst Bronckhorst zou kunnen beleven....

Het is april 2025. Marieke wil voorafgaand aan de grote vakantie nog een weekje weg met haar man Alfred. Ze denkt aan de Achterhoek. Daar zijn ze eigenlijk nog nooit geweest. Ze hebben een beeld van een streek met gastvrije mensen, die bereid zijn elkaar te helpen, hartelijk en positief. De Achterhoek dus... Marieke pakt haar tablet en kijkt op Achterhoek.nl. Ze ziet dat er binnen de Achterhoek een regio is die zich typeert door een veelheid aan kastelen, landgoederen en statige landhuizen. Sommige toegankelijk en sommige mysterieus verhullend. Een gebied met prachtige afwisselende natuur, waar je heerlijk kunt fietsen en vooral wandelen. Op de overzichtelijke website vindt ze snel een passende overnachtingsplek in Zelhem; een prima vertrekpunt.

Amper anderhalf uur rijden en dan zijn ze er al. Onderweg krijgen ze al een prachtig voorproefje van de kronkelende weggetjes, het landleven, de bossen en prachtige uitzichten. De Achterhoek omarmt hen met gemoedelijkheid en rust. In Zelhem worden ze hartelijk verwelkomd door hun gastvrouw. Ze vertelt hen van alles over de adellijke kasteelheren (die er soms nog wonen) en hoe die zich vroeger met de boeren en het volk verhielden. Heel interessant! Ze wijst hen op de digitale touchscreen in hun studio waar je allerlei routes en andere informatie over het gebied op kunt vinden en via Smart-synchronise zo naar je telefoon of smartwatch kunt swipen. Ze wijst hen nog op een paar leuke winkeltjes, hoe je gemakkelijk met het openbaar vervoer terug kunt komen als je ver gewandeld hebt en natuurlijk welke kastelen en landgoederen publiek toegankelijk zijn (wat er al een stuk meer zijn dan vijf jaar geleden).

Ze hebben een geweldige eerste dag! Ze besluiten een stuk van het Pieterpad te lopen richting Vorden. Tijdens de wandeling ontmoeten ze Duitse gasten die hen wijzen op een mystieke tuin van een baron in Laag Keppel, die ze de dag ervoor hadden bezocht. Ze hebben zelfs een praatje met de "man van stand" gemaakt. Met de Castle-app op hun smartphone, geven ze hen een virtuele rondleiding door de tuin en zijn kasteel en kan je zelfs zien hoe het er in de middeleeuwen was. Als ze op een terras zitten voor de lunch, zien ze op het kaartje dat op de placemat is afgedrukt, dat er nog heel veel te zien is. Te veel voor één week eigenlijk. De ober zegt dat ze deze week in ieder geval het stadje Bronckhorst zouden moeten bezoeken. Dat is een must-see. Hij brengt hen een foldertje over het stadje. Museum More is ook een aanrader. En als je een dagje wilt shoppen, dan moet je naar een van de Hanzesteden. O ja... en op vrijdag is er altijd de voorstelling "Brochard van Westerholt" in de tuinen van kasteel Hackfort. Kaartjes kan je ook via de Castle-app reserveren. Maar dan moet je wel snel zijn, want dat is bijna altijd uitverkocht.

Alfred en Marieke zetten hun wandeling voort. Terwijl ze onderweg prachtige doorkijkjes over landgoederen krijgen, valt hen op dat je overal het kastelen- en landgoedthema terugziet en hoort. De placemat was in stijl, de bakker verkoopt kasteelkoekjes, de Castle-app met routes en allerlei extra informatie, een streekproductenmarkt in een prachtige kasteeltuinen, de voorstelling bij kasteel Hackfort... en nu valt hen ook op dat de sleutelhanger van hun studio ook de vorm heeft van een kasteeltoren!

Na een wandeling van zo'n 15 kilometer komen ze aan in Vorden. Te moe om daar ook alles nog te bekijken (dan doen ze morgen wel), pakken ze de elektrische shuttlebus die hen vlot terug naar Zelhem brengt. In de bus krijgen ze op schermen nog meer tips om te doen deze week. Wat leuk! Nou... morgen is er weer een dag. Later in de week komt hun dochter toch ook nog even langs met de trein. Toen Marieke haar in de bus appte dat het hier zo leuk is en ze deze week naar nog een kasteel tuin bezoeken en naar Zutphen gaan, besloot ze ook die kant maar even op te gaan voor een paar nachties.

Al met al hebben ze een hele leuke week. De gastvrijheid is overweldigend. Overal hoor je van de ondernemers leuke verhalen over het gebied, over de kastelen, de landgoederen en het landschap. Ze hebben heerlijk gegeten. Professionele horecapersoneel; dat vind je ook niet overal. Alfred en Marieke waanden zich deze week zelf jonkvrouw en jonkheer en hebben wat meer uitgegeven dan ze van plan waren. Ze hebben het er echt even van genomen deze week.

Bij thuiskomst vertellen ze de burens over hun week in de Achterhoek. De burens gaan altijd naar Noord-Holland met de caravan. Maar volgend jaar gaan ze maar eens naar een camping in de Achterhoek, daar waar al die kastelen staan. Dit willen ze ook wel eens van dichtbij zien, na deze enthousiaste verhalen. En ook Alfred en Marieke gaan zeker nog eens terug. Er is nog zoveel te zien en te doen; de week was veel te snel voorbij.

*Kasteel Hackfort*



Dit verhaal op de vorige pagina is natuurlijk een ideaalbeeld, een droom. Maar tegelijk ook niet ver van de werkelijkheid. Het is haalbaar en geeft de ambitie van de gemeente Bronckhorst weer. Een beeld waarin we samen een sterk profiel neerzetten binnen de Achterhoek, waarmee we goed onze potentiële gasten weten te bereiken. Waar alle ondernemers van kunnen profiteren. Waarbij ondernemers elkaar aan gasten helpen, de gast goed weten te helpen en te inspireren tijdens hun verblijf. Waar we onze informatievoorziening en kennis van het gebied goed op orde hebben en uiteindelijk zeer tevreden gast als ambassadeur van het gebied zien vertrekken... en weer terug zien komen. Wanneer een aantal stappen worden gezet, is dit in vijf jaar te realiseren. De gemeente wil daar samen met de sector in optrekken.



# 3 Ambitie en doelen: economische groei en een prettige leefomgeving

Om opgaven te kunnen formuleren waar we de komende beleidsperiode aan gaan werken is het van belang dat we eerst een ambitie en doelen bepalen. Wij willen profiteren van de (landelijke) groei van het (inter)nationaal toerisme en de komende jaren meer toeristen en recreanten in de gemeente Bronckhorst verwelkomen. De komst van meer toeristen en recreanten moet bijdragen aan het stimuleren van de lokale (vrijtijds)economie en het in standhouden en (door)ontwikkelen van bestaande en nieuwe voorzieningen waar ook onze eigen inwoners van kunnen profiteren.

## Ambitie: groeien

Wij hebben de ambitie om de recreatie en toerisme sector de komende jaren fors te laten groeien tot een sector van meer formaat. Met als resultaat een stimulering van de lokale economie, meer omzet en meer banen, en een betere leefomgeving voor onze eigen inwoners.

## Van ambitie naar concrete doelen

Het primaire doel van deze visie een toename van een aantal economische parameters. Het effect op de lokale economie wordt gemeten aan de hand van de groei van de bestedingen en de werkgelegenheid; die moet ***minstens net zo goed zijn als de gemiddelde ontwikkeling in de Achterhoek*** (op basis van de tweejaarlijkse monitoring van Achterhoek Toerisme).

We kiezen voor een doel gerelateerd aan de gemiddelde ontwikkeling in de Achterhoek (minstens net zo goed). Dat is een bewuste keuze, omdat we als gemeente niet aan alle knoppen kunnen draaien als het gaat om de economische impact van toerisme. De ondernemers zullen het immers vooral zelf moeten doen. Daarnaast kan de toeristische markt in Nederland groeien of juist krimpen door omstandigheden waar je als gemeente geen invloed op hebt (weersomstandigheden, politieke, maatschappelijke of economische ontwikkelingen).

## De relatie met de leefomgeving

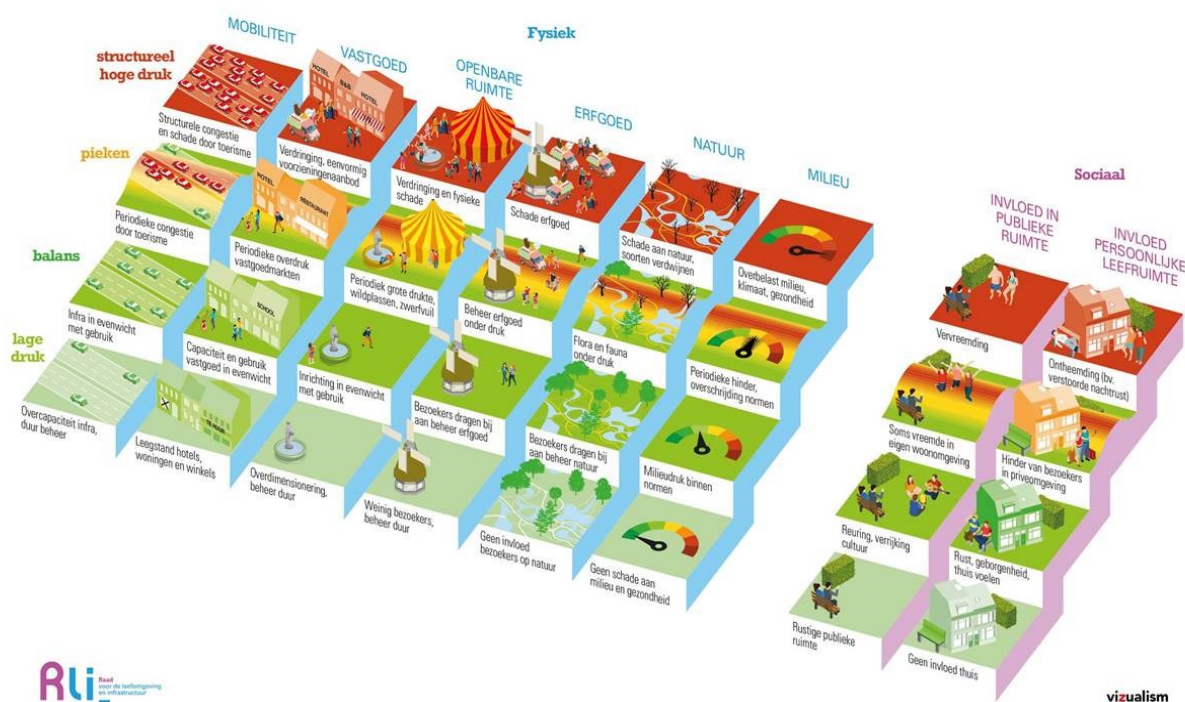
Het belang van een vitale vrijetijdseconomie is dat het kan zorgen voor een prettige en gezonde woon- en leefomgeving, kan bijdragen aan het behoud van natuur- en cultuurerfgoed en in een veranderende economie toekomstbestendige banen biedt (people, planet, profit). Daarom moet de groei van recreatie en toerisme bijdragen aan de volgende maatschappelijke opgaven:

- Het in stand houden van lokale voorzieningen; Sommige voorzieningen in de gemeenten staan onder druk, en dat heeft ook gevolgen voor onze inwoners. Meer bezoekers van buiten kunnen bijdragen aan het bestaansrecht van bijvoorbeeld winkels of horecavoorzieningen.
- Een prettige leefomgeving voor eigen inwoners; Voor toeristen en recreanten zijn aantrekkelijke leefomgeving van groot belang. Ook voor de eigen inwoners van onze gemeente zijn aantrekkelijke paden en routes van belang; om zo ook zelf optimaal te kunnen genieten van de omgeving.
- Het behouden en versterken van het (coulisse)landschap en cultuurhistorie Hoe meer mensen kunnen genieten van onze mooie omgeving, hoe meer draagvlak er zal zijn om met elkaar ook te blijven investeren in het in stand houden en versterken van het (coulisse)landschap en cultuurhistorische elementen.

## Druk en draagkracht

Steeds vaker is er in het toeristische werkveld in Nederland aandacht voor toeristische druk in relatie tot de draagkracht van een gebied. Dat is ingegeven vanuit de sterke groei van het toerisme en de overlast die toerisme op sommige delen in Nederland (veelal op piekmomenten) veroorzaakt; een ontwikkeling die we overigens in Bronckhorst nog niet herkennen met elkaar. Mede daarom is de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli) recentelijk met een omvangrijk advies 'Waardevol Toerisme' gekomen rondom dit thema. De Rli heeft onder meer een schematisch overzicht gemaakt van toeristische druk en draagkracht van de leefomgeving. Zo stelt de raad dat wanneer de toeristische druk op een bestemming hoog is, dat niet automatisch betekent dat er overlast of schade ontstaat; dat hangt af van de draagkracht van de leefomgeving. Zie onderstaand schema uit het RLI-rapport:

### Beoordeling effecten toerisme op de leefomgeving en samenleving Gebaseerd op druk-/draagkrachtanalyse



Figuur: beoordeling effecten toerisme op de leefomgeving en samenleving (bron: Rli-advies Waardevol Toerisme 2019)

Het schema illustreert dat bij een lage toeristische druk er vooral kansen liggen voor verdere ontwikkeling, die ook kunnen bijdragen aan andere maatschappelijke (sociale en fysieke) doelen. Tegelijkertijd geeft het indicatoren voor wanneer de toeristische druk in relatie tot draagvlak te groot gaat worden.

We willen benadrukken dat we binnen onze gemeente we met elkaar vooral **kansen** van toerisme zien voor verdere groei. Toch kwamen tijdens de stakeholdersbijeenkomst ook voorzichtig een aantal tegengestelde signalen binnen: we moeten met elkaar zorgen dat we de eigenheid van de streek geen geweld aan doen. M.a.w.: het toerisme moet de kwaliteiten van onze regio niet schaden. Daarom wil de gemeente een eenvoudige monitor/quick scan ontwikkelen om op de belangrijkste parameters druk en draagkracht in beeld te krijgen en te blijven hebben. Dat biedt ons de juiste informatie om de kansen van toerisme volop te benutten, maar (lokale) overlast zo veel mogelijk voor te zijn en in goede banen te leiden.



### De samenwerking met de sector

Dit document is de *gemeentelijke* visie recreatie en toerisme. De gemeente ziet de sector (ondernemers, organisaties en landgoedeigenaren) daarbij als onontbeerlijke partner voor uitrol en realisatie van de plannen.

Om deze samenwerking verder kracht bij te zetten, wil de gemeente graag ieder jaar samen met de sector het toeristisch jaar openen door als overheid én sector samen de belangrijkste **prioriteiten** per jaar te bepalen. Hieraan wordt gezamenlijk gewerkt, volgend uit deze visie. Deze opening van het jaar moet mede bijdragen aan de gezamenlijkheid: ondernemers, gemeente en andere betrokkenen uit de gehele gemeente zetten samen de schouders eronder.

De gemeente werkt voor een *volgende* beleidsperiode graag toe naar een **convenant** recreatie en toerisme met de sector, waarin de sector en de overheid gezamenlijke inspanningen aangaan om deze te realiseren. Omdat de sector op dit moment nog te versnipperd is, is het van belang om in de *komende* beleidsperiode te werken aan een betere en sterker georganiseerde sector met wie we als gemeente een dergelijk convenant kunnen opstellen.



# 4 Analyse

In dit hoofdstuk maken we een analyse van sterke en zwakte punten van het toeristisch-recreatief product van de gemeente Bronckhorst en kansen en bedreigingen.

Interne analyse	
Sterke punten	Zwaktes
<p><b>S1</b> De verbondenheid met het bekende merk Achterhoek<sup>1</sup> is in de gemeente Bronckhorst groot.</p> <p><b>S2</b> Er is een grote hoeveelheid kastelen en landgoederen binnen de gemeentegrenzen en direct daaromheen.</p> <p><b>S3</b> Bronckhorst heeft als kleinste stadje van Nederland, met de historische en authentieke uitstraling, een grote potentie als toeristische trekpleister.</p> <p><b>S4</b> De gemeente kent een uitgebreid routenetwerk voor fietsen en wandelen, ingebed binnen het routenetwerk van de Achterhoek. In 2018 was Bronckhorst wandelgemeente van Nederland.</p> <p><b>S5</b> Uit recent onderzoek blijkt dat het overgrote merendeel van de campings, bungalowparken en hotels in de gemeente vitaal is.</p> <p><b>S6</b> De bezoeker kan nog het authentieke landschap beleven, met hoge cultuurhistorische en natuurlijke waarden.</p> <p><b>S7</b> In de gemeente heeft men, net als in rest van de Achterhoek, tijd voor elkaar en de toerist. Het staat daarmee in de beleving in contrast met veel andere delen van Nederland. De persoonlijke aandacht die gasten krijgen is daarmee een sterkte.</p> <p><b>S8</b> Er is veel kleinschalig interessant aanbod binnen de gemeente, dat gezamenlijk tot meerwaarde kan leiden.</p> <p><b>S9</b> Er is veel interessant aanbod in de directe omgeving van de gemeente dat bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van de gemeente Bronckhorst zelf, zoals de Hanzesteden Doesburg en Zutphen, de kastelen in Ruurlo, Doetinchem en de gemeente Lochem, de Oude IJssel aan de zuidkant van de gemeente en de Veluwe aan de overkant van de IJssel.</p> <p><b>S10</b> De economische betekenis van de vrijetijdsector in de gemeente Bronckhorst is aan het toenemen<sup>2</sup>.</p> <p><b>S11</b> Met het festival Mañana Mañana beschikt de gemeente sinds 2017 over een aantrekkelijk en eigenzinnig festival van formaat, met toenemende bezoekersaantallen.</p>	<p><b>Z1</b> Het werkveld binnen de gemeente is enorm versnipperd. Er zijn binnen de gemeente meerdere toeristische platforms, waarbij de onderlinge samenwerking beperkt is.</p> <p><b>Z2</b> Er is geen toeristisch profiel als kapstok voor productontwikkeling en marketing voor de gemeente, waardoor samenhang ontbreekt en verschillende initiatieven elkaar onvoldoende versterken. Er is een terughoudendheid in het maken van echte keuzes.</p> <p><b>Z3</b> Er is veel weerstand tegen de toeristenbelasting bij ondernemers, omdat hen niet helder is waar het geld aan besteed wordt.</p> <p><b>Z4</b> Binnen de gemeente zijn nauwelijks voorlopers op het gebied van de verblijfsrecreatie te vinden: bedrijven die binnen de gehele regio duidelijk voorop lopen als het gaat om innovaties en productontwikkeling. Mede daardoor ontbreekt het aan onderscheidend en in het oog springend aanbod.</p> <p><b>Z5</b> Het aanbod aan verblijfsaccommodaties voor verschillende doelgroepen (volgens de Leefstijlvinder) is redelijk eenzijdig; vooral Rustzoekers, Verbindingszoekers en Harmoniezoekers kunnen veel aanbod vinden. Voor de overige groepen is het aanbod beperkt (vooral voor de Stijlzoeker).</p> <p><b>Z6</b> De toeristische informatievoorziening in de gemeente is versnipperd, niet regionaal georiënteerd en vooral afhankelijk van vrijwilligers. De gemeente heeft de afgelopen jaren geen geld gestoken in toeristische informatievoorziening.</p> <p><b>Z7</b> De digitale ontsluiting van toeristische informatie is zeer beperkt.</p> <p><b>Z8</b> Voor veel ondernemers is het een opgave om in de sterk veranderende sector goed op de hoogte te blijven van relevante trends en kennis. De professionaliteit van de sector kan daardoor onder druk komen.</p> <p><b>Z9</b> De meeste kastelen in de gemeente zijn niet toegankelijk en/of beleefbaar.</p> <p><b>Z10</b> Het is op dit moment onvoldoende helder hoeveel toeristen de gemeente precies bezoeken en wat hun gedrag en wensen zijn.</p>
Externe analyse	
Kansen	Bedreigingen

<sup>1</sup> De Achterhoek scoorde in een recent onderzoek de vijfde plek van bekendste Nederlandse streken

<sup>2</sup> De groei tussen 2015 en 2017 was 5%. 7,4% van de beroepsbevolking was in 2017 in de vrijetijdsector werkzaam (Bron: monitor ZKA 2018).

**K1** Achterhoek Toerisme heeft recent het initiatief genomen voor een overkoepelend, samenhangend plan voor de professionalisering, offline én online doorontwikkeling van toeristische informatievoorziening op regionale schaal met aandacht voor het lokale DNA. Dit plan biedt kansen om de informatievoorziening binnen de gemeente Bronckhorst te optimaliseren.

**K2** Groei van de buitenlandse markt (voornamelijk de Duitse en Vlaamse markt) en het inkomend toerisme. Dit biedt kansen gezien de aandacht voor spreiding van internationaal toerisme over Nederland.

**K3** Toenemende interesse van consumenten in streekeigen aspecten en verhalen, authenticiteit en beleving, op welk vlak de gemeente Bronckhorst veel te bieden heeft.

**K4** Er is een initiatief vanuit het toeristisch werkveld in Vorden om meer met kastelen te gaan doen. Dit plan biedt aanknopingspunten voor een regionale uitrol waar ook ondernemers in de andere dorpen van de gemeente hun voordeel mee kunnen doen.

**K5** Er zit in de Achterhoek veel bestuurlijke energie om met de Achterhoekse gemeenten *gezamenlijk* aan opgaven te werken; de belangrijkste opgaven worden momenteel verwoord in de Vrijetijdsagenda Achterhoek. Belangrijk onderdeel van deze agenda wordt het werken aan de vitalisering van de verblijfsrecreatiesector.

**B1** Het wordt in Nederland, en specifiek ook de Achterhoek, steeds moeilijker om aan goed geschoold personeel te komen, zeker in de vrijetijdssector. Dat zet een grote druk op de bedrijfsvoering van veel ondernemers in de sector.

**B2** De bereikbaarheid per openbaar vervoer is zeer beperkt, uitgezonderd Vorden, dat over een eigen treinstation beschikt. Dat maakt dat bezoekers die afhankelijk zijn van het openbaar vervoer moeilijk naar de regio kunnen komen en tijdens hun verblijf kunnen verplaatsen.

**B3** Ondernemers in de vrijetijdssector ervaren een steeds grotere regel- en belastingdruk.

**B4** De groei van het kleinschalige aanbod (vooral kamperen bij de boer) in de gehele Achterhoek is in de afgelopen jaren sterker geweest dan de groei van het aantal overnachtingen. Vooral voor de campings zal dit de druk de komende jaren waarschijnlijk vergroten.

**B5** Ondernemers maken zich zorgen over de kwaliteit van het landschap. Aantasting van het coulisselandschap zal de aantrekkelijkheid van de regio sterk kunnen verkleinen.

**B6** De samenwerking tussen de toeristische sector en eigenaren van kastelen en landgoederen is nog niet op alle plekken optimaal. De verbinding tussen beide partijen is van belang voor succesvolle ontwikkeling.

#### Belangrijkste conclusies

Op basis van de SWOT-analyse kunnen we concluderen dat de gemeente veel te bieden heeft aan bezoekers; een prachtig, Achterhoekse authentiek landschap met mooie routestructuren, vele kastelen, een eigenzinnig festival en het kleinste stadje van Nederland met historische allure. Op een steenworp afstand is nog veel meer moois te ontdekken, zoals de Hanzesteden en de Veluwe. Om hier echter optimaal van te kunnen profiteren ontbreekt het echter aan duidelijk toeristisch profiel om samenhang te kunnen creëren en is er sprake van te veel versnippering op allerlei terreinen. Gelukkig zijn er kansen: er zijn regionaal en lokaal mooie initiatieven om meer samenwerking en samenhang te creëren en de vrijetijdseconomie zit in de lift. Vooral de Duitse markt biedt nog kansen voor groei. Het is daarvoor wel van belang de krachten echt te bundelen om een aantal bedreigingen af te kunnen wenden.



# 5 Het toeristisch profiel

In dit hoofdstuk beschrijven we het toeristisch profiel van Bronckhorst. De rol en het belang van een toeristisch profiel, de samenhang met het totale aanbod en de vervolgstappen.

## De gemeente als een warenhuis

Uit de analyse kwam naar voren dat de gemeente een duidelijker toeristisch profiel nodig heeft. Niet om de gemeente Bronckhorst zelf als merk in de markt te zetten. Daar zijn alle stakeholders het met elkaar over eens, juist omdat de Achterhoek in de gemeente sterk wordt gedragen als een voor de toerist herkenbaar merk. Het profiel is echter wél noodzakelijk om een herkenbaar beeld neer te zetten van de regio (rondom Bronckhorst *binnen de Achterhoek*). Dit zorgt voor de focus op de regio Bronckhorst en brengt samenhang in de presentatie, het aanbod en de productontwikkeling.

Je kunt de toeristische regio Bronckhorst met een warenhuis vergelijken, met een ruim en divers aanbod. In de etalage staan de iconen, die mensen moeten verleiden het warenhuis binnen te komen. Ben je eenmaal in de winkel, dan moeten mooie ingerichte displays en schappen je verleiden om nóg meer van het aanbod in de winkel te komen bekijken en kopen. Of je verleiden om nóg een keer terug te komen in de winkel, omdat je nog zo veel moois hebt gezien waar je eigenlijk nog niet aan toe bent gekomen om eens goed te bekijken. Zo werkt dat ook met toeristische marketing.

---

### New York en het vrijheidsbeeld

Als je vraagt naar hét icoon van New York, dan zullen de meeste mensen zeggen: het vrijheidsbeeld. Andersom: zie je het vrijheidsbeeld, dan denk je direct aan New York. In de meeste toeristische uitingen kom je dan ook prominent het beeld tegen: men kiest er voor het vrijheidsbeeld in de **etalage** te zetten. Vooral de bezoeker die voor de eerste keer komt, wordt via het plaatje van het vrijheidsbeeld verleid om de stad te bezoeken.

Uiteraard is er véél meer in New York te doen. De lijst is bijna eindeloos. Toch zie je veel van deze bijzondere dingen niet in de etalage van de stad terug. In vergelijking met het warenhuis: ben je eenmaal in de stad, dan ontdek je wat er allemaal nog meer te doen is, als het aantrekkelijk is weergegeven op de displays en in de schappen. Mogelijk blijf je nog wat langer dan je eigenlijk gepland had. En kom je tijd te kort? Dan kom je graag nog eens terug. Dit keer niet voor het vrijheidsbeeld, maar om al die andere prachtige dingen te beleven, waar je nog niet aan toegekomen was.

---



We maken de vergelijking met New York, omdat het ook voor de gemeente Bronckhorst van belang is keuzes te maken welke icoon in de etalage wordt gezet en welk aanbod een mooie plek in de displays en de schappen krijgt. Op basis van de analyses en gesprekken hebben we daarvoor een aanzet voor een keuze gemaakt.

## Het toeristisch profiel van Bronckhorst

Het toeristisch profiel van Bronckhorst kan worden opgebouwd uit meerdere lagen. De basis wordt gevormd door de Achterhoekse waarden: het landleven, de goedmoedigheid, de mooie landschappen, het noaberschap, doe maar normaal, tijd voor elkaar... Dit geldt voor de hele Achterhoek en dus ook voor Bronckhorst en zijn van belang om in het profiel te verwerken en/of aan te refereren; te meer omdat Achterhoek een hoge bekendheid heeft en een sterk Nederlands regiomerk is. Dit is ook van grote waarde

voor de profilering van Bronckhorst. Maar wat is nu specifiek Bronckhorst? Dat zijn de kastelen en de landgoederen; de Achterhoekse weelde en welvaart.

We willen hiermee Bronckhorst én haar omgeving presenteren als de **Achterhoekse kastelen- en landgoederenregio**. De landgoederen en kastelen van Vorden, Keppel, Ruurlo, Ampsen, Slangenburg, de 8-kastelenroute, het middeleeuwse stadje Bronckhorst, de Wierse Kasteeltuinen, Engelenburg, Museum More, etc. Dit is wat we in de etalage zetten om gasten naar Bronckhorst te krijgen en wat ze terug moeten vinden “in de winkel”. En zoals gezegd, je hoeft niet in de etalage te liggen om verkocht te worden. Eenmaal in de winkel moet je zorgen dat het complete Bronckhorster aanbod onder de aandacht wordt gebracht.

Een aantal locaties zijn, die het kastelen-en-landgoederenprofiel van Bronckhorst versterken en daarmee aantrekkelijk zijn om in de figuurlijk etalage te zetten, ligt buiten de gemeentegrenzen. We moeten daarom in twee geografisch kaders denken:

1. Vanuit de gemeente reikt de primaire verantwoordelijkheid voor de (economische) ontwikkeling tot aan de gemeentegrenzen.
2. Vanuit het denkkader van de toerist (voor wie gemeentegrenzen irrelevant zijn) die geïnteresseerd kan worden voor het deel van de Achterhoek waarin een hoge concentratie kastelen en landgoederen te vinden en te beleven is.

De overtuiging bestaat dat het denken vanuit het geografisch kader van de toerist de gemeente beter in staat stelt haar doelstellingen in het eerste kader te realiseren.

Het toeristisch profiel geeft de basis van de vermarkting van het gebied en in veel opzichten bij de ontwikkeling van het gebied. We moeten echter wel, voordat we het gebied als de **Achterhoekse kastelen- en landgoederenregio** promoten, aandacht hebben voor:

1. De positie van de landgoedeigenaren: de kastelen en landgoederen zijn veelal particulier bezit met wie in overleg het bovengenoemde toeristische profiel moet worden uitgewerkt.
2. De productontwikkeling: de propositie moet waargemaakt worden wanneer toeristen op basis van het profiel hun keuze voor een verblijf aan deze regio maken.
3. De organisatie van de toeristische sector en vooral de organisatie van de toeristische informatievoorziening.

Deze drie punten zijn voorwaardelijk voor het succesvol vermarkten van de regio als Achterhoekse kastelenregio.

Daarbij is de gemeente bij uitstek een fiets- en wandelregio. Vooral het wandelen heeft de laatste jaren veel in de aandacht gestaan, met als beloning de verkiezing tot wandelgemeente van het jaar in 2018. Fietsen en wandelen is dan ook een belangrijke manier om de kastelen en landgoederen beleefbaar te maken. Daarbij is het van belang het thema kastelen en landgoederen breed te interpreteren, zodat ook (bijvoorbeeld) de verhalen rondom het boerenlandleven en de ontstaansgeschiedenis van het aantrekkelijke coulisselandschap hieraan gekoppeld kan worden. De overige kenmerken die in de schappen van de etalage liggen zoals het gezonde buitenleven, wellness, de buitenruimte, de streekproducten en de outdoor mogelijkheden worden ook meegenomen in het profiel.

Het profiel vraagt om een verdere professionele uitwerking en is daarom ook als eerste speerpunt opgenomen in de visie.

# 6 Speerpunten

Op basis van de analyse (hoofdstuk 4) heeft de gemeente vier speerpunten opgesteld voor het toeristische beleid.

De gemeente gaat de komende jaren inzetten op de volgende speerpunten:

## 1. Uitwerking van het profiel naar productontwikkeling en marketing

Een helder en sterk toeristisch profiel is van groot belang. Daarom kiest de gemeente volmondig voor het profiel zoals beschreven in het vorige hoofdstuk. De toerist krijgt met dit profiel een eenduidig en relevant argument om voor Bronckhorst te kiezen. Het profiel geeft gemeente, ondernemers en andere organisaties, zoals Achterhoek Toerisme, houvast bij productontwikkeling en marketing.

Om te zorgen dat het profiel 'kastelen en landgoederen' optimaal tot zijn recht komt, is het van belang dat het profiel professioneel wordt uitgewerkt. Het verder uitgewerkte toeristisch profiel moet vervolgens uitgewerkt worden in twee lijnen:

- Productontwikkeling, waarmee het profiel ook daadwerkelijk geladen wordt. Met andere woorden: de toerist kan het profiel ook daadwerkelijk beleven. Ondernemers moeten hierop kunnen aanhaken.
- Marketing, waarmee het profiel onder de aandacht gebracht wordt van de potentiële bezoeker. Het is van groot belang dat het profiel wordt uitgewerkt in samenwerking met ondernemers en landgoedeigenaren.

## 2. Een heldere organisatiestructuur en toeristische informatievoorziening

Verschillende partijen hebben verschillende rollen in de ontwikkeling van het toerisme in Bronckhorst. Denk aan individuele ondernemers, toeristische platforms, vrijwilligers, Achterhoek Toerisme, de gemeente en natuurlijk de landgoedeigenaren. Allemaal dragen ze positief bij, alleen het resultaat is nu op zijn hoogst de som der delen. Wanneer er verband in aangebracht wordt, wanneer de rollen en activiteiten op elkaar worden afgestemd en vanuit één plan en naar één doel wordt gewerkt, kan het resultaat meer zijn dan de som der delen. Op dit moment is deze structuur nog veel te versnipperd. De gemeente wil daarom met de sector toewerken naar één toeristisch platform. De gemeente beseft dat dit gevoelig ligt, maar ziet ook bij veel ondernemers en partijen de energie om er juist gezamenlijk op te trekken. Dat proces vraagt ook om een heldere en krachtige rol van de regiocoördinator met mandaat om de speerpunten uit deze visie verder uit te rollen.

We zien ook dat de toeristische informatievoorziening nog te versnipperd is. Dat hangt sterk samen met een heldere organisatiestructuur. De promotie en marketing van het gebied als geheel wil de gemeente blijvend neerleggen bij Achterhoek Toerisme, die immers de gehele Achterhoek op de kaart zetten. Deze organisatie moet gevoed worden vanuit ons gebied op basis van een sterk en eenduidige toeristisch profiel. Het primaat voor de toeristische informatievoorziening ligt meer binnen onze gemeente zelf (waarbij Achterhoek Toerisme goed kan ondersteunen met de ontwikkelingen/plannen). Optimaal is daarbij de vorming van één toeristisch platform, omdat de huidige toeristische platforms ieder een eigen rol spelen in de toeristische informatievoorziening. Het (nieuwe) toeristische profiel is de basis voor de verdere uitrol van professionalisering van de toeristische informatievoorziening.

### 3. Kennis en facilitering

Er bestaat een kennisplatform voor ondernemers in de Achterhoek. De gemeente ziet het belang van een dergelijk kennisplatform en wil deze daarom versterken. Tegelijkertijd kan met deze beleidsvisie en het toeristisch profiel ook een verdere lokale invulling gegeven worden aan lokale kennisontwikkeling, -deling en samenwerking. Bijvoorbeeld kennis over de historie van landgoederen en kastelen in het gebied en ontwikkelingen in de (lokale) toeristische sector. Of praktische ideeën over productontwikkeling in het eigen bedrijf binnen het profielthema. Daarnaast moet er aandacht zijn voor andersoortige facilitering van ondernemers en andere stakeholders. Denk daarbij aan het bevoorraden van ondernemers met relevante toeristische informatieproducten, het aantrekken en/of behouden van passend gekwalificeerd personeel, verlichten van de lastendruk, het in balans houden/brengen van het aanbod en verbeteren van de bereikbaarheid van het gebied.

Verder is algemene basale en verdiepende kennis op het gebied van doelgroepen, marktwerking en ondernemerschap van belang om de sector gezond te houden. De gemeente streeft hierbij naar samenhangende kennisprogramma's (met mogelijkheden tot coaching).

### 4. Regionale inbedding

Veel vraagstukken waar de gemeente voor staat, spelen ook in andere delen van de Achterhoek. Daarom stelt de regio op dit moment een vrijetijdsagenda op, waarin onder meer de vitaliteit van de verblijfsrecreatie (ook een belangrijk thema voor Bronckhorst) een plek krijgt. Ook de arbeidsmarkt is een typisch regionaal thema. Op dit moment is de inhoud van de vrijetijdsagenda nog niet bekend. De gemeente Bronckhorst zal, met het voorliggende beleidsplan, lokaal nader invulling geven aan de punten uit de vrijetijdsagenda. Dat kan echter pas als dat document beschikbaar is. Dat betekent dat een deel van de acties vanuit dit speerpunt pas op een later moment concreet kan worden gemaakt.

### Financiering vanuit de toeristenbelasting

Om deze speerpunten te kunnen realiseren, wil de gemeente de totale inkomsten uit de toeristenbelasting hiervoor benutten, zodat ook voor ondernemers en hun gasten helder kan worden waartoe deze belasting wordt geheven.



# 7 Tijd voor actie; uitvoeringsagenda

In dit hoofdstuk werken we de vier speerpunten verder uit en koppelen daar concrete acties aan.

## 7.1 Overzicht

Voor we de speerpunten behandelen, geven we eerst een schematisch overzicht. In het bewerken van de acties is prioritering en fasering nodig.

*De symbolen ▲, ► en ▼ geven de prioriteit aan. Respectievelijk zijn dat Hoog, normaal en laag.*

Actie	Speerpunt 1 Profieluitwerking	Speerpunt 2 Organisatiestructuur en informatievoorziening	Speerpunt 3 Kennis en facilitering	Speerpunt 4 Regionale inbedding
1	Professionele uitwerking ▲	Opstellen prioriteitenplan ►	Versterken kennisbasis ondernemers ►	Voortzetting Achterhoek Toerisme ▲
2	Verbetering beleefbaarheid ▲	Eén Toeristisch platform ▲	Ontwikkelen verhalen ►	Uitwerking vrijetijdsagenda ►
3	Pilot Augmented Castle ▼	Opstellen van convenant ▼	Facilitering als agendapunt ►	
4	Stimulering productontwikkeling ▼	Opstellen Masterplan T.I. 2.0 ▲	Meetinstrument druk en draagkracht ▼	
5	Content- en campagneontwikkeling ▲			

## 7.2 Rol van de regiocoördinator

Deze beleidsvisie is een visie van de gemeente, ze voert deze echter nadrukkelijk graag samen met de sector uit. Het is ook van belang om te komen tot een heldere organisatiestructuur (speerpunt 2), maar om daar te komen hebben we met elkaar tijd nodig. Om met elkaar tot uitvoering van de actiepunten uit deze visie is het vooral van belang om de rol van de **regiocoördinator** te herzien. Op dit moment is deze vooral aangesteld voor de ontwikkeling van concrete producten en de promotie. In de nieuwe beleidsperiode zien we voor de regiocoördinator vooral een **regiefunctie** als het gaat om het uitrollen van het toeristisch profiel naar producten, promotie en informatievoorziening. Deze beleidsvisie is nu (mede) leidend voor de werkzaamheden van de regiocoördinator op deze terreinen. Dat betekent onder meer dat alle activiteiten die de regiocoördinator initieert, dan wel faciliteert, voortkomen uit deze beleidsvisie. Met andere woorden: deze beleidsvisie is in principe leidend voor de activiteiten van de regiocoördinator.



## 7.3 Speerpunt 1

### Uitwerking van het profiel naar productontwikkeling en marketing

#### Huidige situatie

Een helder en sterk toeristisch profiel is, zoals gesteld, van groot belang. De toerist krijgt een eenduidig en relevant argument om in hun keuzeproces voor Bronckhorst te kiezen. Bronckhorst en haar omgeving worden momenteel niet met een eenduidig toeristisch profiel gepresenteerd. Achterhoek Toerisme gebruikt de kastelen en de landgoederen wel al enigszins om het gebied te etaleren, maar er zit in de promotionele aanpak en de toeristische informatievoorziening niet een consistente lijn rond dit profiel. Daarbij kunnen de kastelen en landgoederen beter beleefbaar worden gemaakt, zodat de propositie van de Achterhoekse kastelen en landgoederenregio ook “bewezen” wordt wanneer gasten om deze reden het gebied bezoeken. Om het profiel te versterken kunnen er allerlei producten worden ontwikkeld door ondernemers die aansluiten op het thema en die het lokale aanbod koppelen, zodat vooral daar het profijt valt. Daarnaast is het van belang ervoor te zorgen dat het toeristisch profiel dat mede dankzij de inzet van de landgoedeigenaren en ondernemers zo sterk is, haar kwaliteit behoudt en wordt versterkt. Op welke wijze kunnen de opengestelde landgoederen en kastelen ook meeprofiteren van het toegenomen bezoek? De gemeente is er zich van bewust dat het in stand houden van de landgoederen ook voor landgoedeigenaren soms grote uitdagingen met zich meebrengt.

#### Hier gaan we aan werken

Het toeristisch profiel moet in de eerste plaats professioneel worden uitgewerkt, om vervolgens de beleefbaarheid te verbeteren en productontwikkeling in gang te zetten. En daarna moet de marketing(promotie) van het gebied ingevuld worden. De betrokkenheid van landgoedeigenaren is hierbij van groot belang. De gemeente ziet het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad hierbij als belangrijke gesprekspartner.

#### Concrete acties

We hebben dit speerpunt vertaald naar een aantal concrete acties waar de gemeente Bronckhorst en de sector de komende jaren mee aan de slag gaan. De acties hebben we hieronder kort uitgewerkt. Per actie hebben we een grove planning opgenomen.

---

#### Actie 1: Professioneel uitwerken van het profiel ▲

Op dit moment is het profiel nog slechts een korte beschrijving: Achterhoekse kastelen en landgoederenregio. De beschrijving moet worden uitgewerkt, zodat het een duidelijk en stevig leidraad vormt voor de productontwikkeling en de vermarkting van de regio. Wat verstaan we precies onder het profiel? Wat zijn de iconen die in de etalage worden gezet? Wat is het centrale verhaal? Op welke manier willen we ons zelf etaleren en hoe willen we dat anderen dat doen? Wat zijn de richtlijnen voor het gebruik van beeld, toon en tekst? De beleidsambtenaar Toerisme neemt hierin het voortouw en geeft een professional de opdracht het profiel uit te werken.

**Resultaat:** Professionele uitwerking van het toeristisch profiel

**Planning:** Start maart 2020. Gereed september 2020.

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme is samenspraak met regio-coördinator) – professioneel bureau, Achterhoek Toerisme, ondernemers, landgoedeigenaren.

## Actie 2: Verbetering beleefbaarheid Kastelen en landgoederen ▲

De gemeente gaat samen met alle betrokkenen een plan maken voor het verbeteren van de beleefbaarheid van de kastelen en landgoederen. We gaan samen met het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad in kaart brengen waar de gebieden liggen en wie de eigenaren zijn. We inventariseren wensen en kansen op deze landgoederen voor de toeristische sector. Waar mogelijk streven we naar een ruimere (gedeeltelijke) openstelling van tuinen en de gebouwen en/of en andere beleefbaarheid van de belangrijkste POL's in het gebied binnen het profiel. Ook vanuit andere invalshoeken zal de beleefbaarheid worden verbeterd. Zo zullen we, waar passend en mogelijk, de zichtlijnen vanaf fiets- en wandelpaden verbeteren, plaatsen we informatieborden en/of creëren we fotoplekken. De beleidsmedewerker Toerisme en de regio-coördinator nemen hierin het voortouw en afhankelijk van de concretisering binnen het plan kunnen, eigenaren en ondernemers aanhaken. Belangrijk onderwerp van gesprek is tevens de wijze waarop landgoedeigenaren integraal kunnen meeprofiteren van de verbetering van de beleefbaarheid om zo de uitdagingen waar de landgoederen tegen aanlopen het hoofd te bieden.

**Resultaat:** Uitgewerkt actieplan ter verbetering beleefbaarheid kastelen en landgoederen.

**Planning:** 2020. Doorlooptijd maximaal 6 maanden. Uitvoering daarna doorlopend (concreet beschreven in actieplan).

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), kasteel- en landgoedeigenaren, eventueel ondernemers.

---

## Actie 3: Pilot Augmented Castle ▼

Door een verbinding te leggen met de Smart Industry regio Oost-Nederland willen we een pilot opzetten rond het virtueel beleefbaar maken van de kastelen en landgoederen en/of de cultuurhistorische achtergronden ervan. Door een augmented reality platform te ontwikkelen dat ter dienst kan staan aan de gast in ons gebied, kunnen we met moderne technieken de beleefbaarheid van het profiel versterken, met name daar waar kastelen en landgoederen niet (permanent) toegankelijk zijn of de verhalen niet meer zichtbaar zijn.

Er bestaat ook een leaderplan Kastelenpark Vorden waarbinnen onder andere de ontwikkeling van een app is voorzien. De gemeente gaat in gesprek met de initiatiefnemers van dit plan, om te kijken of augmented reality kan worden ingepast en welke bijdrage de gemeente daarin kan doen.

**Resultaat:** Projectplan Augmented Castle

**Planning:** Start tweede helft 2020. Projectplan gereed in 2020 (inclusief haalbaarheid vanuit markt, technisch en financieel).

**Betrokken partijen:** Beleidsambtenaar Toerisme, regiocoördinator, landgoedeigenaren en Achterhoek Toerisme.

---

## Actie 4: Stimulering productontwikkeling rondom het thema kastelen en landgoederen ▼

De regio-coördinator (rc) stimuleert initiatieven van ondernemers en organisaties op het gebied van verblijf, dagrecreatie, horeca en evenementen die passen binnen het toeristisch profiel Achterhoekse kastelen- en landgoederenregio. Hierbij vormt het professioneel uitgewerkte profiel (actie 1) de leidraad. De rc zal regelmatig bijeenkomsten organiseren op wisselende locaties waarbij al het bestaande aanbod wordt gedeeld, waarbij kennis en verhalen over de kastelen en landgoederen worden gedeeld, waarbij gebrainstormd wordt over productontwikkeling en/of -aanpassing en waar inspiratie voor productontwikkeling wordt aangereikt. Daarnaast wordt er een digitaal kanaal (nieuwsbrief) opgezet waarmee nieuwe initiatieven van ondernemers gedeeld worden ter inspiratie en informatie. De rc maakt afspraken, coördineert, bewaakt de voortgang, verzamelt en koppelt terug.

Daarnaast zal een budget beschikbaar worden gesteld voor initiatieven uit het veld, net zoals in het verleden. Nieuw ten opzichte van vorige jaren is dat deze beleidsvisie en het toeristisch profiel leidend zal zijn. M.a.w. initiatieven die voor budget in aanmerking willen komen, zullen moeten bijdragen aan de uitwerking van het thema kastelen en landgoederen.

We plannen een werkbezoek bij Stichting Promotie Gemeente Epe, die dit al geruime tijd succesvol doet rond het toeristische profiel: 100% Wildgarantie op de Veluwe.

**Resultaat:** Jaarlijkse cyclus van bijeenkomsten en nieuwsbrieven die ondernemers stimuleren en inspireren tot productontwikkeling. Budget om te komen tot activiteiten die passen bij het thema.

**Planning:** Start medio 2020. Doorlooptijd 12 maanden intensief en voortzetting in de jaren erna.

**Betrokken partijen:** Regiocoördinator, ondernemers, landgoedeigenaren.

---

#### **Actie 5: Contentontwikkeling en campagneontwikkeling ▲**

Wanneer er voldoende aanbod en beleefbaarheid van het profiel is, kan de marketingpromotie ingezet worden. Dit zal in samenspraak met Achterhoek Toerisme gebeuren, aangezien vooral hun mediakanalen worden ingezet voor de promotie. Vanuit de regio Bronckhorst zal zogenaamde content worden ontwikkeld, die zowel aan de ondernemers als aan Achterhoek Toerisme ter beschikking wordt gesteld. Hiermee wordt een professioneel en consistent beeld naar buiten toe gepresenteerd.

In afstemming met Achterhoek Toerisme zal een campagne- c.q. communicatieplan rond het profiel Kastelen en Landgoederen worden opgezet. Waarin ook doelgroepkeuzes (nationaal en internationaal) worden gemaakt en waar gewenst een gedifferentieerde aanpak wordt beschreven.

**Resultaat:** Communicatieplan en afgeleide content (tekst en beeld)

**Planning:** Start 2020. Plan gereed 2<sup>e</sup> helft 2020. Uitvoering productie beeld en tekst mei t/m september 2020. Campagne start april 2021 (voorwaarde beleefbaarheid inmiddels verbeterd (actie 2))

**Betrokken partijen:** Regiocoördinator en Achterhoek Toerisme

---



## 7.4 Speerpunt 2

### Zorg voor een heldere organisatiestructuur en informatievoorziening

#### Huidige situatie

Er is een hoge mate van versnippering binnen de toeristische sector in Bronckhorst. Allemaal met de beste bedoelingen, maar met een maximaal resultaat van  $1 + 1 = 2$ . De toeristische platforms zien het voordeel van samenwerking, maar hechten ook aan lokale worteling en samenwerking is tot nu toe niet altijd succesvol geweest. Met deze kaders moet een sterkere en heldere organisatiestructuur worden gevormd.

Er is ook een hoge mate van versnippering in de toeristische informatievoorziening (TI) in Bronckhorst. Hierdoor worden gasten niet goed en niet breed genoeg geïnformeerd, wat nadelig kan zijn voor de beleving en de verblijfsduur. Daarnaast sluit de TI nog niet aan bij het toeristische profiel. Én het is van belang om de TI toekomstbestendig te maken.

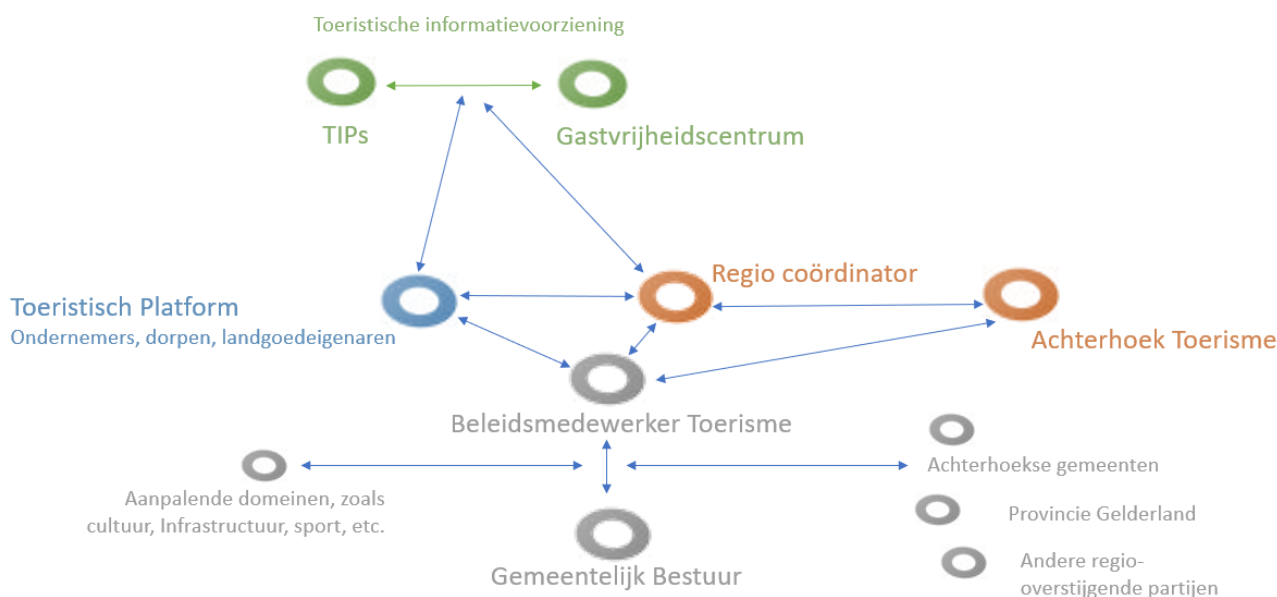
#### Hier gaan we aan werken

De gemeente wil met de sector komen tot één toeristisch platform waarin alle toeristische ondernemers en relevante stakeholders vertegenwoordigd zijn. Het doel is een goede samenwerking binnen de toeristische sector in de gemeente Bronckhorst; afstemming van, samenwerking in en versterken van initiatieven. En daardoor samen sterker en meer bereiken. Niet alleen op het gebied van promotie en informatievoorziening, maar ook op andere vlakken, zoals personeel, bereikbaarheid, bescherming van het landschap, etc. Aan de hand van het profiel gaan we ook samen met het toeristische platform(s) een plan maken voor de nieuwe toeristische informatievoorziening.

Om deze samenwerking verder kracht bij te zetten, initieert de gemeente ieder jaar samen met de sector de opening van het toeristisch jaar openen. Inhoudelijk doen we dit door als overheid én sector samen een **prioriteitenplan** op te stellen volgend uit deze visie. Deze opening van het jaar moet mede bijdragen aan de gezamenlijkheid: ondernemers, gemeente en andere betrokkenen uit de gehele gemeente zetten samen de schouders eronder. De gemeente werkt vervolgens voor de volgende beleidsperiode toe naar een langdurig **convenant** recreatie en toerisme met de sector, waarin de sector en de overheid gezamenlijke inspanningen aangaan om deze te realiseren en waarin ieder een rol en verantwoordelijkheid krijgt in het bereiken van het gezamenlijke doel.

## Mogelijke organisatiestructuur

We willen nadrukkelijk samen met de partijen gaan werken aan een nieuwe, werkbare organisatiestructuur. Dat betekent dat het eindplaatje zeker nog niet vast staat. Toch schetsen we al een mogelijk beeld van hoe de organisatie eruit zou kunnen zien, als eerste aanzet voor het gesprek (in actie 2):



In deze modelmatige schets staan het (nog op te richten) Toeristisch Platform, de Regiocoördinator en de Beleidsmedewerker centraal. Zij stemmen beleid en plannen samen af, waarbij het Toeristisch platform primair zorgt voor de verbinding met de Ondernemers, de Regio-coördinator voor de algehele samenhang en de verbinding met Achterhoek Toerisme en de Beleidsmedewerker Toerisme voor de verbinding met het Gemeentelijk bestuur, aanpalende domeinen, regio-overstijgende plannen en andere relevante partijen.

In het platform moeten uiteindelijk de verschillende sectoren, de dorpen en de landgoederen (via het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad) betrokken zijn, wat niet wil zeggen dat elke sector of elk dorp ook een directe vertegenwoordiging te hebben. De Regiocoördinator vertegenwoordigt Bronckhorst richting Achterhoek Toerisme met als doel sterk vertegenwoordigd te worden in hun promotionele activiteiten en met als leidraad het toeristisch profiel.

## Concrete acties

We willen dit speerpunt concreet maken door in de eerste plaats één prioriteitenplan op te stellen samen met de platforms en deze gezamenlijk te presenteren tijdens de seizoensopening 2020. Dit kan de basis vormen voor de samensmelting of nauwe samenwerking van de verschillende platforms en uiteindelijk het convenant.

---

### Actie 1: Opstellen van een prioriteitenplan ►

De gemeente zal een proces initiëren waarin, samen met de toeristische platforms één prioriteitenplan worden opgesteld. Deze zal aan het begin van seizoen worden gepresenteerd als gezamenlijk plan. Het proces om tot een prioriteitenplan voor de toeristische sector te komen zal niet in de pas lopen met de begrotingscyclus van de gemeente. De gemeente zal daarom in de begrotingscyclus, voorafgaand aan het kalenderjaar waar het prioriteitenplan betrekking op heeft, budget reserveren voor de uitvoering van het plan. In de loop van de jaren zal dit steeds accurater en plangerichter kunnen gebeuren. Voor de uitvoering van het prioriteitenplan 2020 zal een beroep moeten worden gedaan op bestaande budgetten.

**Resultaat:** Prioriteitenplan en bijeenkomst aftrap toeristisch seizoen 2020

**Planning:** Gereed voor juli 2020. Uitvoering volgt zoals beschreven in prioriteitenplan.

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst, toeristische platforms.

---

### Actie 2: Eén Toeristisch platform ▲

De gemeente zal een proces initiëren waarin we de samensmelting van de verschillende toeristische platforms binnen de gemeente Bronckhorst bespreken en in gang zetten. Het streven is om voor het seizoen 2021 tot één toeristische vertegenwoordiging te komen, waarmee we meer gezamenlijk (in opmaat naar het convenant) doen, meer als eenheid opereren en die tegelijk een goede vertegenwoordiging vormen voor de lokale(re) belangen. De samenstelling, de voorwaarden en de activiteiten van het platform moet het komende jaar zorgvuldig worden uitgewerkt. Het platform is niet persé opgebouwd vanuit de bestaande platforms. Het nieuwe platform moet een vertegenwoordiging zijn van alle relevante stakeholders en dient als basis voor klankborden en aandragen van ideeën en het maken en uitvoeren van gezamenlijke plannen. Om tot één platform te komen zal een reeks bijeenkomsten worden geïnitieerd door de gemeente met de huidige platforms eventueel aangevuld met relevante stakeholders die niet vertegenwoordigd zijn in de huidige platforms. Het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad is hier, als het aan de gemeente ligt, in ieder geval één van.

- In de eerste bijeenkomst stellen we een gezamenlijk doel vast en bespreken we de kaders voor een fusie van of samenwerking tussen de bestaande platforms of de oprichting van een nieuw platform.
- Wanneer het doel en het voorwaardenkader duidelijk zijn en hierover consensus bestaat, zal in een volgende bijeenkomst de formele structuur en aansturing worden bepaald.
- In de volgende bijeenkomst bepalen we de thema's (zoals promotie, toeristische informatievoorziening, infrastructuur, personeel, productontwikkeling) op basis waarvan een actieplan/agenda kan worden opgesteld.

Wanneer dit proces spoedig verloopt, kan dit ingeweven worden in actie 1. Wanneer het meer tijd kost, vormt de actielijst de input voor het jaar 2021.

**Resultaat:** Eén toeristisch platform als vertegenwoordiging van de ondernemers in Bronckhorst en een gezamenlijke actieplan/agenda.

**Planning:** Gereed voor juli 2021.

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst, alle toeristische platforms en het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad.

---

### Actie 3: Opstellen van een convenant ►

De gemeente wil samen met het toeristisch platform voor de volgende beleidsperiode een langdurig **convenant** zijn aangegaan met de sector. In dit convenant leggen de sector en de overheid vast welke gezamenlijke doelen er worden nagestreefd en wie welke inspanningen gaat doen om deze doelen te realiseren. Het convenant krijgt een formele status waarin wordt vastgelegd wie welke rol, mandaat en verantwoordelijkheid krijgt.

**Resultaat:** Getekend convenant.

**Planning:** Gereed voor augustus 2023.

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst, toeristisch platform.

---

### Actie 4 Opstellen Masterplan Toeristische Informatievoorziening 2.0 ▲

De gemeente gaat samen met het toeristische platform een (master)plan maken voor het verbeteren en toekomst bestendig maken van de toeristische informatievoorziening in Bronckhorst. Hierbij wordt de visie op dit onderwerp van Achterhoek Toerisme als belangrijk uitgangspunt gehanteerd en vertaald naar de Bronckhorster situatie. Belangrijk is ook dat we onze gasten regiobrede informatie bieden die in beginsel goed aansluit bij het toeristisch profiel en waarin iedere ondernemer vertegenwoordigd kan worden. Hierbij hanteren we op voorhand een aantal uitgangspunten:

- Toeristische Informatie moet meer decentraal worden aangeboden. Vanuit de gemeente ligt daarbij de focus op de verbetering van de *online* toeristische informatievoorziening. Daarnaast wil de gemeente kijken hoe toeristische informatievoorziening op de toeristische bedrijven kan worden gefaciliteerd.
- De gemeente ziet het initiatief, dat in Vorden is genomen om te komen tot een Gastvrijheidspunt (zoals benoemd in de visie op informatievoorziening door Achterhoek Toerisme), als waardevol op deze locatie.
- We brengen ook het breder verspreiden van offline informatie onder de aandacht. Een intensievere distributie van toeristische informatiemateriaal (bij voorkeur in een bij het profiel passende en consistente stijl) zal een flinke verbetering zijn.
- De financiering van de toeristische informatievoorziening zal door de gehele sector (eventueel met steun van de gemeente) worden gedragen.

**Resultaat:** Masterplan Toeristische Informatievoorziening 2.0

**Planning:** Start maart 2020. Doorlooptijd maximaal 6 maanden. Uitvoering september 2020 t/m juli 2021 (en vervolgens doorlopend).

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst, ondernemersplatform(s), landgoedeigenaren en Achterhoek Toerisme

---

## 7.5 Speerpunt 3 Kennis en facilitering

### Huidige situatie

De toeristische sector is volop in ontwikkeling. Trends volgen zich in snel tempo op en het onderscheidend vermogen van bedrijven wordt een steeds belangrijkere succesfactor. Hoe speel je in op verschillende doelgroepen? Hoe maak je daarin je eigen keuzes? Wat betekent de opkomende toeristische markt vanuit de buurlanden? Het bijhouden van kennis en trends en het relevant maken op het eigen bedrijf door het concreet te kunnen toepassen is cruciaal voor een gezonde sector. Via het kennisplatform van Achterhoek Toerisme wordt op het moment al kennis aangeboden; de gemeente wil dit van grotere toegevoegde waarde laten zijn met als doel de relevante kennis van meer ondernemers en toeristisch betrokken vrijwilligers te vergroten. Tegelijkertijd vraagt het gekozen toeristisch profiel om uitwerking en deling van kennis, zodat alle ondernemers optimaal verhalen kunnen uitdragen, producten kunnen ontwikkelen en de samenwerking kunnen zoeken, passend bij het profiel van kastelen en landgoederen (zie speerpunt 1 actie 4). Verder geven ondernemers aan een hoge regeldruk te ervaren en zich zorgen te maken over de bereikbaarheid van het gebied; ook hierin wil de gemeente een faciliterende rol aannemen.

### Hier gaan we aan werken

We gaan met elkaar werken aan sterkere kennisinfrastructuur voor ondernemers in de gemeente Bronckhorst op het gebied van ondernemerschap, doelgroepen en trends, maar ook op het gebied van (toepassing en uitdragen van) het toeristisch profiel. Omdat ondernemers aandacht hebben gevraagd voor een duidelijke coördinatie en samenhang, zien we een belangrijke rol voor de regiocoördinator. Ook wil de gemeente met ondernemers in gesprek om de facilitering te vergemakkelijken.

### Concrete acties

We hebben dit speerpunt vertaald naar een aantal concrete acties waar de gemeente Bronckhorst en de sector de komende jaren mee aan de slag gaan. De acties hebben we hieronder kort uitgewerkt. Per actie hebben we een grove planning opgenomen.

---

#### Actie 1: Versterken kennisbasis van ondernemers ►

Er bestaat al een kennisplatform bij Achterhoek Toerisme. Omdat veel kennis over gemeentegrenzen heen reikt, ondersteunt de gemeente dit kennisplatform van harte en gaat graag samen met de sector in de gemeente Bronckhorst en Achterhoek Toerisme in gesprek op welke elementen van kennisontwikkeling en

-deling het beste de samenwerking kan worden gezocht met Achterhoek Toerisme, vanuit het oogpunt: regionaal wat kan, lokaal wat moet.

De gemeente wil in ieder geval graag de volgende zaken onderdeel laten zijn van het actiepunt 'versterken kennisbasis ondernemers' in de komende beleidsperiode:

- *Aanbieden kennisprogramma 'Ken uw gast'*

Een sleutel in het succes van toeristische bedrijven is een vraaggerichte ontwikkeling: het bewust kiezen voor een doelgroep en de verdere optimalisering van de bedrijfsvoering (product, marketing en samenwerking) op deze doelgroepen. De gemeente faciliteert daarom graag een 'Ken uw gast' traject, waarin ondernemers de segmentatie van de Leefstijlvinder concreet in hun bedrijf gaan toepassen en dus daarmee direct resultaten gaan boeken door de toepassing. Het gaat hierbij niet enkel om een eenmalige workshop, maar om een langduriger kennisprogramma, waarin ondernemers gecoacht worden om de segmentatie daadwerkelijk te gaan toepassen op hun bedrijf.



- *Stimuleren ambassadeurschap kastelen en landgoederen*  
Bij het versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod is het ook belangrijk dat ondernemers en organisaties worden versterkt en verrijkt zodat ze de regio beter kunnen promoten. In de gemeente Bronckhorst heeft al een IVN-programma plaatsgevonden (ambassadeurs van het landschap). Nu wil de gemeente ondernemers in staat stellen deel te nemen aan een specifiek programma rondom kastelen- en landgoederen, zodat ondernemers weten wat de regio op dit vlak te bieden heeft en gasten proactief kan verwijzen naar de prachtige plekken en ondernemers die daar al producten hebben ontwikkeld.
- *Vitaliteit verblijfsrecreatie*  
In 2019 is er onderzoek gedaan naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in de Achterhoek. Uit het onderzoek bleken er regionaal ‘achterblijvers’ en ‘zorgenkindjes’ te zijn onder de verblijfsrecreatie ondernemers. Om deze ondernemers goed te kunnen ondersteunen gaan we als samenwerkende gemeenten in de Achterhoek kijken op welke manier we deze parken het beste kunnen ondersteunen. Dit komt terug als speerpunt in de regionale vrijetijdsagenda.
- *Kennisprogramma ondernemerschap*  
Op een nader in te vullen wijze willen we een kennisprogramma ondernemerschap ontwikkelen<sup>3</sup>. Het gaat om een verdiepend kennisprogramma, waarin ondernemers enerzijds individueel (via coaching) een spiegel kan worden voorgehouden, anderzijds gezamenlijk (een expliciete wens die geuit is door ondernemers) ervaringen uitwisselen en werken aan hun ondernemerschap. Hierbij wordt gekeken of afstemming kan worden gezocht met Achterhoek Toerisme en hun kennisplein.

**Resultaat:** Versterkte kennisbasis via drie concrete kennisprogramma’s de komende jaren.  
**Planning:** Ieder jaar een nader te bepalen kennisprogramma.  
**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), kasteel- en landgoedeigenaren, ondernemers(platforms), Achterhoek Toerisme, Provincie Gelderland.

## Actie 2: Ontwikkelen verhalen kastelen en landgoederen ►

Als we in de regio het kastelen en landgoederenprofiel volledig willen omarmen, moeten we ook zorgen dat de bijzondere verhalen bekend worden. Daarom gaat de gemeente inzetten op het op een rij zetten van historische verhalen: feiten, maar ook bijzondere personen of gebieden, de relatie met het landschap en ontwikkeling van de dorpen en het stadje Bronckhorst. Dit sluit ook aan op de verhaallijnen van de Provincie Gelderland. Zo komen we met elkaar tot voldoende ‘basismateriaal’ om producten op te ontwikkelen en verhalen te laten vertellen door de ondernemers (zie ‘stimuleren ambassadeurschap’ onder actie 1).

Belangrijk onderdeel bij het uitwerken van de verhalen is het creëren van bewustwording en betrokkenheid bij bezoekers: het decor is niet vanzelfsprekend en staat soms voor grote uitdagingen. Daarbij gaan we op zoek naar betrokkenheid van bezoekers. Het zou mooi zijn als bezoekers zich op de één of andere wijze willen verbinden aan het behoud en herstel van de landgoederen, materieel en immaterieel.

**Resultaat:** Concrete verhalen en interessante ‘weetjes’ die ontsloten kunnen worden voor toeristen. Bewustwording en betrokkenheid bij bezoekers.  
**Planning:** Iedere twee jaar.  
**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), kasteel- en landgoedeigenaren, ondernemers(platforms), Provincie Gelderland.

<sup>3</sup> Dit thema is veel genoemd tijdens de stakeholdersbijeenkomst, dus bij ondernemers lijkt hier veel behoefte aan te bestaan.

### Actie 3: Facilitering als agendapunt ►

Ondernemers en landgoedeigenaren geven aan op verschillende vlakken graag te willen worden ontlast of gefaciliteerd. Dat kan onder andere te maken hebben met regelgeving, maar ook met (zorgen over) bereikbaarheid of zaken als afvalinzameling, ruimtelijke regelgeving, bestrijding overlast eikenprocessierups, etc. Kortom: een complex samenspel van factoren die ondernemers en landgoedeigenaren nu als zorg en/of belemmering ervaren, maar waar we met elkaar (gemeente en sector) mogelijk tot slimme oplossingen kunnen komen.

De gemeente wil daarom expliciet facilitering bij het toeristisch platform agenderen. Dit dwingt alle betrokkenen om aandacht te hebben voor het in kaart gaan brengen van knelpunten en nadenken over gezamenlijke oplossingen. Er moeten concrete oplossingen voor relevante knelpunten uit het agendapunt voortkomen die gemeente en (indien passend) ook andere betrokkenen tot actie aanzet.

<b>Resultaat:</b>	In kaart brengen van knelpunten en oplossingen voor facilitering van ondernemers en mogelijke uitvoering daarvan.
<b>Planning:</b>	Doorlopend. Eerste jaar (2020) bedoeld als pilotjaar. Bij succes vervolg.
<b>Betrokken partijen:</b>	Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), landgoedeigenaren en het toeristisch platform.

---

### Actie 4: Ontwikkeling meetinstrument druk en draagkracht ▼

Op dit moment zien we vooral kansen in de verdere ontwikkeling van het toerisme in de gemeente Bronckhorst. Om de groei in goede banen te leiden, willen we goed inzichtelijk krijgen hoe toeristische druk en draagkracht (zie hoofdstuk 3) zich tot elkaar verhouden, waar de kansen en de bedreigingen liggen. Daarom wil de gemeente een herhaalbare quick scan ontwikkelen, op basis van het model van de Raad voor de Leefomgeving, om de belangrijkste parameters voor druk en draagkracht in beeld te krijgen. Zo grijpen we optimaal de kansen en voorkomen we problemen voor de toekomst.

<b>Resultaat:</b>	In kaart brengen van belangrijkste parameters druk en draagkracht toeristische ontwikkeling.
<b>Planning:</b>	Eerste pilot in 2021.
<b>Betrokken partijen:</b>	Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), kasteel- en landgoedeigenaren, ondernemers(platforms).

---

## 7.6 Speerpunt 4 Regionale inbedding

### Huidige situatie

De gemeente Bronckhorst werkt al intensief samen met de andere Achterhoekse gemeenten. Zo participeert de gemeente in de financiering van Achterhoek Toerisme voor de marketing van de regio, maar ook in het routebureau en het kennisplein van dezelfde organisatie. Met de overige Achterhoekse gemeenten wordt gewerkt aan een nieuwe vrijetijdsagenda, waarin gezamenlijke thema's en acties worden benoemd die (gemeente)grensoverschrijdend van aard zijn, zoals de vitaliteit van de verblijfsrecreatie of de arbeidsmarkt. En ook de regiocoördinator zorgt voor een goede verbinding met de Achterhoek.

### Hier gaan we aan werken

De gemeente wil de relatie met Achterhoek Toerisme in de komende jaren voortzetten als het gaat om regiomarketing, routebureau en kennis. Daarnaast wil de gemeente de nog op te stellen regionale vrijetijdsagenda gebruiken om op lokaal niveau invulling te geven aan deze agenda.

*NB: deze lokale uitwerking kan pas plaats vinden als de vrijetijdsagenda is opgesteld.*

## Concrete acties

We hebben dit speerpunt vertaald naar een aantal concrete acties waar de gemeente Bronckhorst en de sector de komende jaren mee aan de slag gaan. De acties hebben we hieronder kort uitgewerkt. Per actie hebben we een grove planning opgenomen.

*NB: een deel van de acties kan nog niet worden benoemd, omdat er nog geen regionale vrijetijdsagenda is. Deze uitwerking zal later volgen.*

---

### Actie 1: Voortzetten relatie Achterhoek Toerisme ▲

De gemeente wil de relatie met Achterhoek Toerisme in de komende jaren voortzetten op het gebied van toeristische marketing en promotie, kennisontwikkeling, innovatie en digitale ontwikkeling in de Achterhoek.

**Resultaat:** Voortzetting en versteviging relatie Achterhoek Toerisme.

**Planning:** Gehele looptijd.

**Betrokken partijen:** Achterhoek Toerisme, gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regio-coördinator), kasteel- en landgoedeigenaren, ondernemers(platforms).

---

### Actie 2: Uitwerking vrijetijdsagenda ►

Op het moment dat de vrijetijdsagenda van de Achterhoek definitief is vastgesteld gaat de gemeente samen met de sector aan de slag met de nadere uitwerking en concretisering van acties uit deze agenda binnen de gemeente Bronckhorst. Thema's van de (concept) vrijetijdsagenda zijn aanbodontwikkeling, vitaliteit van de verblijfsrecreatie, vergroten van de zichtbaarheid, bevorderen van de gastvrijheid, het versterken van de positie van de vrijetijdssector, monitoring en kennis. Een deel van deze thema's komt al terug in de beleidsvisie van de gemeente Bronckhorst, een deel zal mogelijk nog een plek kunnen krijgen en een deel zal op gemeentelijk niveau minder relevant zijn.

**Resultaat:** Concrete vertaling en uitwerking van vrijetijdsagenda naar Bronckhorst.

**Planning:** 2020, uitvoering rest van de beleidsperiode.

**Betrokken partijen:** Gemeente Bronckhorst (beleidsambtenaar Toerisme en regiocoördinator) en Achterhoek Toerisme.

