Toeristische visie Stein, Hart van de Maasvallei 2023

Maasvallei (Foto: Jan Janssen)

Dat maakt Stein voor mij
liefde voor de Maas

Gemeente *Stein*

Konikpaarden
(Foto: Jan Janssen)

Toeristische visie Stein, Hart van de Maasvallei 2023

Februari 2023

Inhoudsopgave

04 **Inleiding**
Doel nieuwe visie

05 **Hoofdstuk 1**
Algemene uitgangspunten

06 1.1 Toeristisch profiel gemeente Stein
08 1.2 Aanhaking principes Reizen naar Morgen, Toerisme Vlaanderen
12 1.3 Aanhaking principes Duurzaam Rivierpark Maasvallei

14 **Hoofdstuk 2**
Trends en ontwikkelingen toerisme

17 **Hoofdstuk 3**
Regionaal toeristisch beleid

18 3.1 Regionaal toeristisch beleid en kansen voor de gemeente Stein
22 3.2 Regionale DNA-thema's promotie en marketing

24 **Hoofdstuk 4**
Terugblik en vooruitblik met beleidsuitgangspunten

25 4.1 Toeristische pijlers
27 4.2 Vergezichten (Landschap & Cultuur)
30 4.3 Vervoer (bereikbaarheid)
33 4.4 Verblijf
36 4.5 Vermaak
38 4.6 Verleiden (door Visit Zuid Limburg)
40 4.7 Verbinden

42 **Hoofdstuk 5**
Cijfers en onderzoek

Inleiding
Doel nieuwe visie

In 2018 is de toeristische visie "Toeristisch Actieplan Stein 2018-2022" door de Raad vastgesteld. Vanaf dat moment is gestructureerd gewerkt aan de toeristische profilering van de gemeente Stein als Hart van de Maasvallei en de opbouw van de toeristische infrastructuur. De visie loopt ten einde begin 2023. Vandaar dat deze nu wordt herijkt.

Onderhavige toeristische visie is een terugblik op- en voortzetting van het bestaande beleid. De ingeslagen koers vanaf 2018 wordt hiermee voortgezet. We gaan met deze nieuwe toeristische visie niet radicaal het roer omgooien.
Dit laat onverlet dat het Toeristisch Actieplan Stein een update behoeft. De afgelopen vier jaar hebben voor vernieuwde inzichten gezorgd. Ook zijn er relevante ontwikkelingen in het toeristisch werkveld en in de regio Zuid-Limburg die nu moeten worden meegenomen.

Onderhavige Toeristische Visie "Stein Hart van de Maasvallei" is een vooral een praktische visie, waarin een concrete doorkijk wordt gemaakt naar een uitvoeringsprogramma.

Hoofdstuk 1
Algemene uitgangspunten

Heemkunde tuin

Algemene uitgangspunten

1.1 Toeristisch profiel gemeente Stein

Allereerst is het van belang om het toeristisch profiel van de gemeente Stein kernachtig te omschrijven:

De gemeente Stein is/claimt het hart van de Maasvallei en draagt dit zoveel mogelijk uit in de toeristische uitingen en de uitvoering van toeristische projecten onder de noemer "Stein, Hart van de Maasvallei"

Authenticiteit, kwaliteit, rust en kleinschaligheid zijn de toeristische troeven van de gemeente Stein.

Het unieke DNA wordt gevormd door de Maascultuur, bandkeramiek, de riviernatuur, de beschermde dorpsgezichten en de (omgeving van) de kastelen Stein en Elsloo.

De gemeente Stein zet in op de wandelaar en de fietser die komt voor rust, bezinning en (culturele) verdieping.

Er wordt bewust niet gesproken over "toerist" maar over "bezoeker". Ook recreanten uit de eigen gemeente en de naburige gemeenten vormen een belangrijke doelgroep.

Kracht van de gemeente Stein is de betrokkenheid van de lokale gemeenschap op toeristisch vlak: werkgroep Maaskentj, Stichting Erfgoed Stein, Historiehuis van de Maasvallei, de DOP`s en actieve lokale ondernemers.

Kwaliteit gaat boven kwantiteit, denk aan de wandel- en fiets infrastructuur.

Inzet op 'extensief toerisme'

Extensief toerisme is een vorm van toerisme waarbij gebruik wordt gemaakt van de typische kwaliteiten van landelijke gebieden zoals agrarische bedrijvigheid, rust, ruimte, kwaliteit en kleinschaligheid. Extensief toerisme onderscheidt zich van andere vormen van (intensief) toerisme zoals het bezoek aan bijvoorbeeld attractieparken. Daarnaast zetten we in op het op een duurzame wijze behouden en met elkaar verbinden van historisch waardevolle cultuurhistorische objecten, landschappen, natuur en vergezichten in het buitengebied.

Extensieve recreatie:

- Recreatie die nauwelijks druk uitoefent op de omgeving. Bijvoorbeeld wandelen, fietsen en natuur kamperen.
- Een vorm van dagrecreatie die niet verstorend is voor de natuur en inwoners van het gebied en waarvoor nauwelijks voorzieningen aangelegd hoeven te worden. Wandelen en fietsen vormen de hoofdmoot. Er zijn veel overgangsvormen naar intensievere vormen zoals museum-bezoek, mountainbiken, klimmen etc.
- Ontspanningsmogelijkheden, meestal op kwetsbaar terrein, waarvoor weinig voorzieningen nodig zijn en waaraan weinig mensen tegelijkertijd en op dezelfde plek deelnemen, bijv. wandelen in een bos, bezinnen en ontspannen enz.

Kernwaarden voor het extensief toerisme in gemeente Stein:

- Wandelen
- Fietsen
- Natuur
- (Cultuur) historie
- Rust
- Levendigheid van lokale gemeenschappen

Bewoners van de gemeente Stein

Op basis van de gegevens van de website **leefstijlvinder.nl** wonen in de gemeente Stein onderstaande doelgroepen:

Doelgroep	Stein
Avontuurzoekers	4,0%
Harmoniezoekers	14,9%
Inzichtzoekers	12,2%
Plezierzoekers	13,9%
Rustzoekers	20,5%
Stijlzoekers	14,4%
Verbindingszoekers	20,2%

Top 2 soorten leefstijlen in Stein:

- Rustzoekers
- Verbindingszoekers

Rustzoekers 'Dichtbij huis is genoeg moois te zien'

Deze doelgroep houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk graag dichtbij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek voor de Rustzoekers.

'De wereld verandert wel erg hard' is een gedeelde opvatting. Net als 'Waarom zou je ver reizen, dichtbij huis is genoeg moois te zien'. Eigenlijk vinden ze het leven 't prettigst als ze lekker rondom huis hun eigen gang kunnen gaan, beetje tuinieren, wellicht een rondje fietsen of wandelen. Maar natuurlijk gaan ze er ook wel eens op uit. En dan vinden ze het fijn om van tevoren zoveel mogelijk te regelen. Geen verrassingen, geen drukte. Privacy en rust zijn belangrijk.

Verbindingszoekers 'Gewoon, samen even lekker ontspannen.'

Er zijn voor elkaar, dat is niet meer dan normaal voor de Verbindingszoekers. In hun vrije tijd zetten zij zich daarom graag in voor anderen, met vrijwilligerswerk of in een vereniging.
In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, op de fiets of al wandelend. Maar ook een bezoek aan museum of theater vinden ze fijn.

De interesse in anderen en de wereld vind je ook terug in hun reisgedrag: ze hoeven niet op één plek te blijven. Rondtrekken vinden ze leuk. Dan verblijven ze graag op een camping met goede faciliteiten, of in een bekende hotelketen. En bevalt het ze? Dan komen ze terug en delen ze hun ervaringen met anderen.

1.2 Aanhaking principes Reizen naar Morgen, Toerisme Vlaanderen

In oktober 2022 heeft de gemeente Stein deelgenomen aan een inspiratiereis naar Vlaanderen. Daar is de nieuwe toeristische strategie van Toerisme Vlaanderen toegelicht. De strategie "Reizen naar morgen" is zeer doordacht en wordt consequent in alle facetten in het toeristisch werkveld doorgevoerd.

De redenen waarom in deze visie de principes van "Reizen naar morgen" hier worden aangehaald zijn de volgende:

- de strategie "Reizen naar Morgen" sluit aan op het toeristisch profiel van de gemeente Stein;
- (ongemerkt) sluit de manier waarop het Toeristisch Actieplan Stein is ingestoken en de wijze waarop wij de afgelopen vier jaar hebben gewerkt aan toerisme naadloos aan bij deze strategie;
- daarnaast is het goed om als grensgemeente de blik op België te richten als onze naaste buren;
- het RivierPark Maasvallei, een van onze belangrijkste toeristische partners, is voor een groot gedeelte gelegen in Vlaanderen en omarmt eveneens het principe van "Reizen naar morgen".

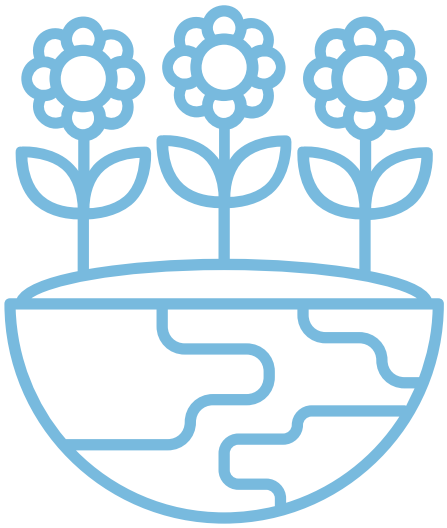
"Reizen naar morgen" is een strategie/filosofie om te werken aan een toekomstbestendige duurzame bestemming.

"De beleving van reizen verandert reizigers, maar ook de plaatsen die ze bezoeken en de mensen *en lokale gemeenschappen* die deze plekken 'maken' en bewonen. Toerisme is dus meer dan economie. Daarnaast zien we mogelijkheden in toerisme om gemeenschappen te versterken *tot florerende bestemmingen*. Bestemmingen met aandacht voor de beleving van de gast, maar meteen ook voor de plek zelf, de eigenheid ervan, de gastheren én de inwoners. *Toerisme dus dat van onderuit groeit* met respect *voor en samen met bewoners*."[1]

"Het toerisme van morgen zal geworteld zijn in *lokale gemeenschappen*. In buurten, dorpen en steden die floreren en net daardoor enthousiast bezoekers willen verwelkomen. Een florerende gemeenschap is stevig verbonden met haar plek, waar mensen samenwerken, bezoekers kunnen thuiskomen *en bewoners hun liefde voor de plek koesteren en doorgeven*."[2]

Het creëren van een florerende gemeenschap prevaleert dus boven het harde economisch belang van toerisme. De gedachte is dat wanneer geïnvesteerd wordt in erfgoed, cultuur, groenprojecten, wandel- en fietspaden, inwoners toeristische ambassadeurs zullen zijn voor bezoekers. Vanuit deze filosofie heeft Toerisme Vlaanderen ook recent een aantal kastelen, abdijen en bossen aangekocht, zoals het kasteel van Leut en de omringende gronden in onze buurgemeente Maasmechelen.
Het primaire doel is om dit kasteel weer te laten floreren en de lokale gemeenschap ervan te laten profiteren, de erfgoedwaarde te beschermen, en in een participatief proces met alle belanghebbenden een nieuwe invulling aan de locatie te geven.

1. *Https://sector.tov.be/florerende-bestemmingen/*
2. *Magazine Reizen naar morgen, p. 18*



Daarbij zijn duurzaamheid en het inclusief en toegankelijk maken van de locatie basis randvoorwaarden en vanzelfsprekend.
De economische invulling en het rendabel maken van de plek is geen hoofddoel op zich.

In een florerende gemeenschap ondervinden alle deelnemers meerwaarde van het toerisme. Wat kan deze meerwaarde inhouden? Evenwicht is een gemeenschappelijk streven. Wat betekent 'floreren' voor de plek, zijn bewoners, ondernemers en bezoekers?

Een gemeenschap floreert wanneer de bezoeker

- *zich hartelijk welkom voelt*
- *het DNA van de plek ten volle kan beleven*
- *een positieve impact van zijn verblijf ondervindt: nieuwe energie en inspiratie, persoonlijke groei, verbondenheid met de plek en de mensen die hij/zij ontmoet*
- *respect toont voor de natuur, cultuur en voor eigenheid van de plek*
- *de plek en de mensen in zijn hart draagt, zich betrokken voelt en graag zal terugkeren of de plek zal aanbevelen aan anderen*

Een gemeenschap floreert wanneer de ondernemer / dienstverlener

- *vitaal en rendabel is en veerkrachtig kan omgaan met verandering*
- *goede arbeidsvoorwaarden en waardering geniet/krijgt*
- *gepassioneerd en innovatief/creatief bezig is met zijn product of dienst en daarbij waakt over zijn eigenheid*
- *ambassadeur is van de plek waar hij/zij werkt*
- *naar hoge tevredenheid streeft door oprechte gastvrijheid en professionaliteit*
- *rekening houdt met de impact van zijn activiteiten op de andere plekhouders en de plek*
- *positief wil bijdragen aan de samenleving/gemeenschap/plek*

Een gemeenschap floreert wanneer de bewoner

- *graag op zijn/haar plek woont, de plek kent en trots op is*
- *betrokken wordt bij het (toerisme)beleid van de plek zodat hij/zij zich mee schaart achter de gewenste ontwikkeling van hun plek*
- *van de positieve effecten van het toerisme geniet: behoud en versterking van voorzieningen, erfgoed, cultuur, inkomsten, jobs, interculturele ontmoetingen...*
- *geen overlast ondervindt van het toerisme*

Bron: Magazine Reizen naar Morgen.

Een gemeenschap floreert wanneer de plek

- *aantrekkelijk, aangenaam en veilig is*
- *uitnodigt tot ontmoeting tussen bewoners, ondernemers en bezoekers en daarbij niemand uitsluit*
- *zijn uniek karakter laat spreken, zijn identiteit, zijn natuurlijk en cultureel erfgoed bewaart*
- *ruimte biedt voor creativiteit en experiment*
- *uit de intelligentie van de lokale gemeenschap put*
- *zich aan de rest van de wereld connecteert en positief bijdraagt aan een florerende planeet*

Wanneer we kijken naar de wijze waarop wij sinds 2018 uitvoering hebben gegeven aan het toeristisch beleid, zijn belangrijke parallellen te trekken. Zonder een uitputtende opsomming te geven[3], is vanuit toerisme een belangrijke impuls gegeven aan de volgende projecten vanuit de insteek om de omgeving en de erfgoedwaarden te verbeteren:

- Investering met diverse partners in de historische Buitenplaats Elsloo;
- Investering in een LeaderPlus project Elsloo;
- Investering in Leader bij `t Bath;
- Samenwerking en afstemming toeristisch beleid met de DOP`s;
- Subsidies voor erfgoed;
- Investering in het RivierPark Maasvallei;
- Subsidies op basis van de

Stimuleringsregeling Toerisme 2018-2022 om activiteiten die van onderop komen te faciliteren;
- Faciliteren inclusief en toegankelijk toerisme;
- Verfraaiing van de gemeentelijke entrees;
- Diverse investeringen en kwalitatieve verbeteringen in de wandel- en fietsinfrastructuur.

Bij de uitvoering van onze toeristische visie omarmt de gemeente Stein de uitgangspunten van de strategie van "Reizen naar morgen".

3. *Zie daarvoor hoofdstuk 4 de evaluatie en vooruitblik*

1.3 Aanhaking principes Duurzaam Toerisme RivierPark Maasvallei

Omdat de gemeente Stein zich profileert als Hart van de Maasvallei is het ook van belang om te kijken naar de toeristische uitgangspunten van het grensoverschrijdende RivierPark Maasvallei, waarin onze gemeente centraal is gelegen.

Mede gebaseerd op de principes van "Reizen naar Morgen" hanteert het RivierPark Maasvallei de volgende uitgangspunten onder de noemer "duurzaam toerisme":

Visie op duurzaam toerisme RivierPark Maasvallei

- Vertrekt vanuit de kracht van het gebied zelf. Schoonheid van het landschap dichtbij ervaren verkleint de ecologische voetafdruk van het reizen.

- Wordt (uit)gedragen door bewoners zelf. Ambassadeurschap van bewoners, waaronder ondernemers, is cruciaal voor het draagvlak voor toerisme. Van Nimby naar Pimby[4].

- Houdt rekening met de draagkracht van de regio. Niet kwantiteit, maar kwaliteit staat voorop en de partners dragen zorg voor de onvervangbare waarden van het buitengebied (rust, uitzicht, biodiversiteit…).

- Inzet op klein geluk, weg van de massa, creëert verbinding tussen plekken en mensen zodat de ziel van de regio gekoesterd wordt en bewaard wordt voor toekomstige generaties.

Het toeristisch profiel van de gemeente Stein en de wijze waarop wij toerisme sinds 2018 uitvoeren, sluit naadloos aan op de uitgangspunten die het RivierPark Maasvallei hanteert. Daarom haken wij aan bij de principes van duurzaam toerisme, zoals hierboven beschreven.

4. *Van Not In My Backyard naar Please In My Backyard*

Mural Roy Wagemans
(Foto: Kamer8cht)

Hoofdstuk 2
Trends en ontwikkelingen toerisme

Blotevoetenpad Steinerbos

Trends en ontwikkelingen toerisme

De wereld heeft sinds 2018 niet stil gestaan en toerisme vormt hierop geen uitzondering.

De coronacrisis heeft de afgelopen jaren een stempel gedrukt op toerisme. Enerzijds waren er beperkingen voor de horeca, anderzijds heeft de coronacrisis laten zien dat de regio Zuid-Limburg een populaire vakantiebestemming is en blijft.
Ook is de samenwerking tussen overheden versterkt de afgelopen jaren. Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in de Visie Vrijetijdseconomie "Bestemming Zuid-Limburg 2030" die door de Raden van de gemeenten in Zuid-Limburg is vastgesteld in 2020. De komende jaren zullen in het teken staan van de gezamenlijke uitvoering van een aantal projecten die voortvloeien uit deze visie. Vanzelfsprekend zorgen wij ervoor dat de beleidsuitgangspunten die in deze visie worden gehanteerd niet alleen in overeenstemming zijn met het regionale beleid maar ook bijdragen aan de uitvoering van het beleid en inspelen op de kansen voor de gemeente Stein. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de Visie Vrijetijdseconomie "Bestemming Zuid-Limburg 2030".

De naderende voltooiing van de grensmaaswerkzaamheden zorgt ervoor dat de gemeente Stein veel nieuwe natuur heeft gekregen en een zeer goede infrastructuur langs de Maas. Ook de komende jaren vinden nog werkzaamheden plaats rondom de nevengeul in Maasband. Het gebied tussen Maasband en Oud-Urmond zal volledig worden herontwikkeld, inclusief een nieuwe infrastructuur. Daarnaast zorgt het RivierPark Maasvallei voor een positieve impuls door een sterke marketing, een herkenbare huisstijl en het ontwikkelen van kwalitatief hoogwaardige lange afstandswandel- en fietsroutes door de Maasvallei.

Verder constateren wij dat onze gemeente een gunstig toeristisch klimaat heeft. De afgelopen jaren zijn een aantal nieuwe ondernemers in de toeristische sector erbij gekomen, denk aan een kleinschalig hotel, een wandelcafé en diverse B&B`s. Ook de bestaande ondernemingen ontwikkelen zich kwalitatief verder, zoals recreatiepark Steinerbos, het Ibishotel en Van der Valk.

Er is de afgelopen tijd ook veel landelijke aandacht geweest voor onze gemeente, hetgeen voor veel nieuwe bezoekers heeft gezorgd. Voorbeelden zijn de verkiezing van de ANWB in 2020 voor "Allermooiste dorp van Nederland" waarin Elsloo verdienstelijk als tweede is geëindigd, tv-programma`s die onze gemeente aandeden

als De Verraders en Binnenstebuiten in Oud-Stein, Bed and Breakfast in Oud-Urmond en een uitzending op de Duitse WDR over Maasband. Een verklaring van deze landelijke aandacht is een (positief) neveneffect van de coronajaren waarin herontdekking van relatief onbekende regio`s dichtbij huis het gevolg was.

Op het gebied van cultuur beschikt de gemeente Stein over twee actieve musea met ambitieuze toekomstplannen en een nieuw cultuurbeleid vanaf 2023. Het thema bandkeramiek zal één van de unieke bouwstenen van het DNA van onze gemeente blijven. De educatie en inhoudelijke duiding zal vanuit het cultuurbeleid nader worden vormgegeven. Vanuit het toeristisch beleidsveld zal daaropvolgend worden gewerkt aan toeristische producten en vervolgens zal de promotie en marketing van dit thema plaatsvinden.

Een van de algemene trends binnen het toerisme is dat de bezoeker gaat voor authenticiteit en kleinschaligheid. Kwaliteit gaat boven kwantiteit. De unieke beleving zit in thema's als bezinning, cultuurhistorie en erfgoed.

In hoofdstuk 4 gaan wij nader in op de wijze waarop de hiervoor genoemde trends en ontwikkelingen concreet zijn verwerkt in de visie.

Elsloo
(Foto: W. Paquay)

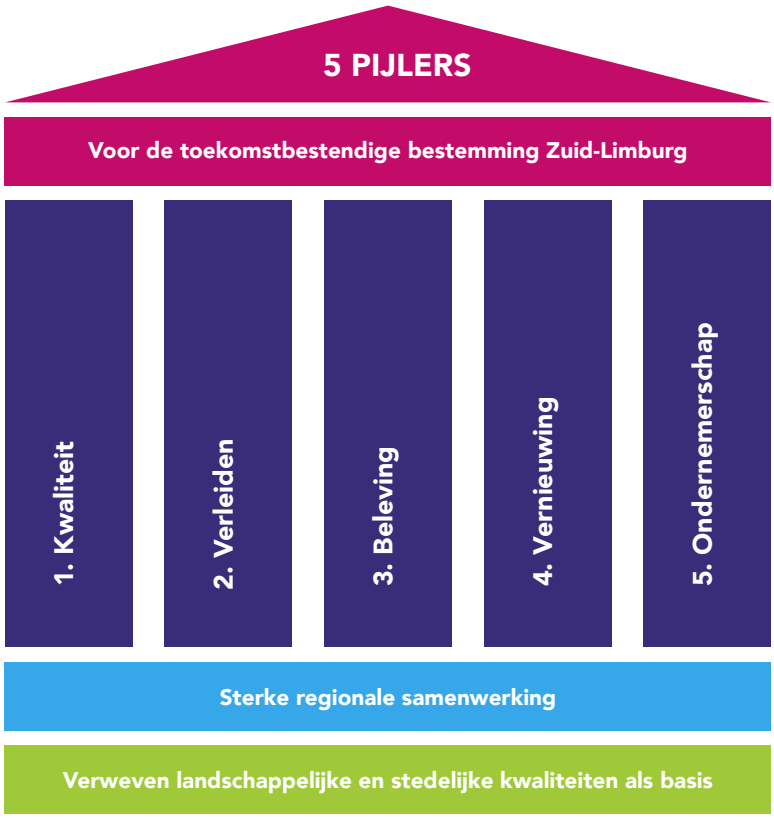
Hoofdstuk 3 Regionaal toeristisch beleid

Kasteelruïne Stein

Regionaal toeristisch beleid

3.1 Regionaal toeristisch beleid en kansen voor de gemeente Stein

Een bezoeker aan de toeristische regio Zuid-Limburg ziet geen gemeentegrenzen en zal bij een verblijf ook altijd meerdere plekken aandoen. De regio Zuid-Limburg is één bestemming. Dit geldt zowel voor de bezienswaardigheden als voor de verblijfsmogelijkheden. Kwaliteit van verblijfaccommodaties straalt af op de gehele regio. Daarom is het van groot belang dat op het gebied van toerisme beter en meer wordt samengewerkt.
Zoals hiervoor vermeld, wordt de komende jaren uitvoering gegeven aan de **Visie Vrijetijdseconomie "Bestemming Zuid-Limburg 2030".**
Binnen deze visie staat een aantal ambities genoemd voor een toekomstbestendige bestemming Zuid-Limburg. In de regionale visie staan 5 pijlers centraal die gezamenlijk de toeristische bestemming Zuid-Limburg vormen.



De afgelopen jaren zijn binnen de verschillende pijlers al diverse projecten uitgevoerd of in uitvoering:

- Zuid Limburgmagazine (verleiden & beleving);
- Wandelknooppuntennetwerk (verleiden & beleving);
- Dataportaal (vernieuwing);
- Vitaliteit & verduurzaming van de sector (kwaliteit & ondernemerschap).

In de Zuid-Limburgse visie wordt ook ingezoomd op de subregio`s, zoals de regio Westelijke Mijnstreek (Grensmaasvallei). De Westelijke Mijnstreek wordt aangeduid als een opkomende toeristisch recreatieve regio met riviernatuur, erfgoed en mooie dorpjes. Voor onze regio geldt: het verder ontwikkelen van de beleving van de landschappelijke kwaliteit voor toeristen en recreanten, daarnaast doorzetten met een eenduidige en heldere marketing strategie die de bezoeker verleidt naar onze streek te komen:

"Westelijke Mijnstreek: ook hier zijn onontdekte parels en is ruimte voor meer recreanten en toeristen om hiervan te genieten. De ligging tussen grote internationale routes en de verdere ontwikkeling van het RivierPark Maasvallei tot grensoverschrijdend waterrijk landschapspark en toeristische trekpleister, biedt kansen voor het verder ontwikkelen van het toerisme, onder meer op het gebied van wandelen en fietsen."

Ten aanzien van het van het spreiden en verleiden van bezoekers wordt het volgende gesteld:
"Routes in te zetten om bezoekers te zoneren (bijv. in relatie tot natuurwaarden) en ook te verleiden andere gebieden te bezoeken. Dit kan bijvoorbeeld door knopenlopen (wandelknooppuntennetwerk) te introduceren, wat eveneens een impuls is voor het recreatief wandelen. Daarbij hoort ook het aanleggen van nieuwe routes en paden in Parkstad en Westelijke Mijnstreek. Dit alles moet van hoge kwaliteit zijn."

Terhagen

Stein
Hart van de Maasvallei

Uit de SWOT analyse komt het volgende naar voren voor de Westelijke Mijnstreek:

Sterk

- nog niet ontdekt door het massatoerisme;
- timmert aan de weg: deelregio waar de werkgelegenheid in toerisme en recreatie de afgelopen jaren relatief het meest toenam.

Zwak

- relatief beperkt en minder divers recreatief verblijfsaanbod;
- weinig dagrecreatief aanbod met bovenregionale aantrekkingskracht;
- relatief onbekend als verblijfsbestemming als merk.

Specifieke kansen

- profileren aantrekkingskracht binnen Zuid-Limburg: natuurbeleving, wandelen, fietsen, Westelijke Mijnstreek;
- productontwikkeling gekoppeld aan beleefbaar maken van industrieel verleden en heden;
- gezamelijke doorontwikkeling van het fietsnetwerk;
- inzet op zakelijke markt.

Bedreigingen

- concurrentie van andere regio's;
- voortdurend industrieel imago (in plaats van bekendheid als toeristische-recreatieve bestemming).

Gelet op het bovenstaande zijn de concrete kansen voor de gemeente Stein de volgende:

- Intensivering van de toeristische samenwerking tussen de gemeenten Stein, Beek en Sittard-Geleen. Gezamenlijke promotie van onze subregio onder de noemer "Grensmaasvallei". De ontwikkeling van de regionale fietsroute Vol Verwondering is daarvan een mooi voorbeeld.
- De ontwikkeling van een nieuwe hoofdfietsroutestructuur binnen de Grensmaasvallei die de ontbrekende schakel vormt tussen internationale fietsroutes als de LeisureLane en het Kolenspoor in België.
- Een gezamenlijke lobby voortzetten met betrekking tot de fietsverbinding over de Maas, zodat de ontbrekende schakel over de Maas ook fysiek mogelijk wordt gemaakt.

Zuid-Limburg breed wordt ondermeer de komende jaren ingezet op de verwerving van toeristische data. Daarin blijft onze regio achter bij bijvoorbeeld Vlaanderen of Zeeland. Data over aantallen fietsers, wandelaars, verblijfsduur, bestedingen en combinatiebezoeken, zijn wezenlijk voor het evalueren en bijstellen van beleid en het gericht inzetten van promotie en marketing. Dit moet op regionaal niveau worden opgepakt en niet door de individuele gemeentes.

3.2 Regionale DNA-thema`s promotie en marketing

Visit Zuid-Limburg heeft vanzelfsprekend ook Visie Vrijetijdseconomie "Bestemming Zuid-Limburg 2030" omarmd.
Binnen de marketingcommunicatie strategie van Visit Zuid-Limburg (op basis van de pijler Verleiden) wordt gebruik gemaakt van het DNA van Zuid-Limburg. Hieraan zijn meerdere thema's gekoppeld, die in de Visie vrijetijdseconomie 2030 worden geformuleerd als 'De grote verhalen'. De Grensmaasvallei kan binnen deze thema's haar onderscheidenheid naar boven laten komen. Thema's die direct van toepassing zijn op de regio zijn o.a. de Maas, het Religieus Verleden (bezinning), het Mijnverleden, de Prehistorie en (energie) transitie.

Internationaal

- In de Bron van Europa
- Krijt / Mergel / Kalk (UNESCO Geopark)
- De Maas (Rivieren, beken, bronnen)
- Kerst (in de grotten)

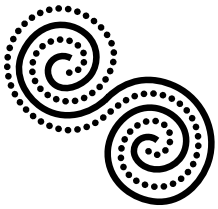
Nationaal

- Wijnbouw
- Katholiek/Religieus verleden (bezinning)
- Urban / transitie
- Romeins verleden
- Vakwerk
- Heuvels & Dalen
- Prehistorie (Bandkeramiekers)
- Kinderpret / Familiepret
- Mijnverleden
- Oorlogsverleden
- Van Zuid-Limburgse bodem (streekproducten

Gelet op het toeristisch profiel van de gemeente Stein zijn onderstaande DNA-thema's voor ons het meest relevant. Wij sluiten in onze toeristische promotie en marketing zoveel mogelijk aan bij de hiervoor genoemde regionale DNA-thema`s. Visit Zuid-Limburg wordt ingeschakeld voor de uitvoering.

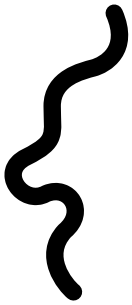
1

Bezinning (Religieus verleden)



2

Prehistorie (Bandkeramiekers)



3

De Maas (rivieren, beken, bronnen)

Hervormde kerk Urmond

Hoofdstuk 4
Terugblik en vooruitblik met beleidsuitgangs-punten

Woodhenge

Terugblik en vooruitblik met beleidsuitgangspunten

Het Toeristisch Actieplan Stein 2018-2022 was de eerste toeristische visie van de gemeente Stein ooit. Daarmee was het ook een startpunt. Vanuit dat perspectief is destijds gekozen om een "status quo" feitelijk weer te geven waar de gemeente Stein op dat moment stond aan de hand van de 6 pijlers waaruit een toeristische bestemming is opgebouwd. Ook is destijds een SWOT-analyse gemaakt. Het betrof hier een 0-meting waarop de gemeente Stein zich feitelijk bevond begin 2018 op het gebied van toerisme. Aan de hand van de 10 Principes van een Duurzame Bestemming zijn generieke adviezen gegeven voor de uitvoering.

Uit de voorgaande 3 hoofdstukken blijkt dat er sinds 2018 een aantal ontwikkelingen zijn geweest en dat 4 jaar werken aan de uitvoering van toeristisch beleid ook tot nieuwe inzichten heeft geleid.

De 10 Principes van een Duurzame Bestemming worden in deze visie losgelaten omdat alle beleidsuitgangspunten en acties kunnen worden geclusterd aan de 6 pijlers van een toeristische bestemming uit het Toeristisch Actieplan Stein 2018-2022, die we dus onverkort blijven hanteren.

Omdat deze visie een update/ herijking is van het eerdere toeristisch actieplan, kijken we in dit hoofdstuk terug op een aantal uitgevoerde acties in periode 2018-2022 en kijken we vooruit naar de accenten die we willen leggen voor de komende periode. Per pijler worden een aantal heldere beleidsuitgangspunten vastgelegd.

4.1 Toeristische pijlers (6 pijlers toeristische bestemming)

Iedere toeristische bestemming is opgebouwd uit de 6 V's.

1. Allereerst zijn daar de Vergezichten: een mooi landschap, mooie binnenstad of prachtig dorp.
2. De pijler Vervoer is ook essentieel. Immers, een bestemming en de mooie plekjes moeten ook bereikbaar zijn en een gast moet via bijvoorbeeld wandel-, fietsroutes het gebied kunnen verkennen.
3. Gasten moeten ook kunnen Verblijven. Dus een goede en evenwichtige verblijfssector is essentieel.
4. Wil je gasten langer vasthouden dan is Vermaak nodig. Hieronder vallen bijv. attracties, evenementen en een goede horeca.
5. En natuurlijk moeten gasten ook Verleid worden om te komen. Via o.a. branding en marketing.
6. Om een evenwichtige sector op langere termijn te creëren zijn Verbindingen belangrijk. Zijnde o.a. actieve inwoners, samenwerking tussen en met ondernemers.

6 pijlers toeristische bestemming

Directie
- Ministerie
- Provincie
- Gemeente

Verbinden
- Inwonersorganisaties
- Onderwijs
- Koepels (KHN/Hiswa-Recron)
- DMO/VVV

Verleiden
- DMO/VVV
- Informatie
- Ondersteuning directie
- Distributie

Vermaak
- Attracties
- Festivals
- Evenementen
- Horeca
- Sportmanifestatie
- Cultuur
- Waterrecreatie
- Excursies
- Kooptoerisme & shoppen
- Agrottoerisme
- Evenementenpunt

Verblijf
- Hotels
- Pensions
- B&B's
- Campings
- Bungalowparken
- Groepsaccomodaties
- Bootligplaatsen
- Appartementen
- Huisjes

Vervoer
- Bereikbaarheid per auto, trein, bus, taxi, vliegtuig en boot
- Parkeren
- Fiets-wandel- en ruiterroutes
- Bewegwijzering
- Verhuur fiets/scooter
- Routepunt

Vergezichten
- Natuurgebieden
- Parken
- Monumenten
- Natuurorganisaties
- Boerenorganisaties
- Ecologische verbindinszones
- Binnensteden

4.2 Vergezichten (Landschap & Cultuur)

Een mooi landschap of prachtig dorp en aandacht voor het eigen DNA: de cultuurhistorie die de bestemming gemeente Stein uniek maakt.

Terugblik

Onder de noemer verbetering toeristische hotspots is in de periode 2018-2022 is vanuit toerisme gewerkt aan de volgende projecten:

Verbetering toeristische (groene) hotspots:

- meerjarige financiële bijdrage aan de Totaalvisie van Limburgs Landschap voor kasteelpark Elsloo;
- bijdrage voor de realisering van het wielermonument aan de Maasberg in Elsloo en openbare ruimte daaromheen;
- financiële bijdrage aan de visie "van Maas tot De Bath";
- fysieke verbeteringen aangebracht in het Steinerbos (openbaar parkgedeelte).

Daarnaast is in deze periode het RivierPark Maasvallei verder uitgebouwd. Er is veel nieuwe natuur ontstaan en er zijn nieuwe fiets- en wandelpaden aangelegd.

Vergezichten worden ook bepaald door cultuur. Hiervoor zijn de volgende acties uitgevoerd of gefinancierd:

- vaststelling van een toeristische stimuleringsregeling voor kleinere initiatieven die bijdragen aan de toeristische profilering van de gemeente op de thema`s Maas, en bandkeramiek;
- bijdrage aan archeo-speerpunt bij kasteelruïne Stein en in samenwerking met overige beleidsvelden: plaatsing van Archeo-speerpunten in Elsloo, museum voor grafcultuur in Stein en een toekomstige locatie in Oud-Urmond;
- bijdrage aan het opknappen van het historisch kerkhof Oud-Urmond;
- bijdrage aan de promotie van het archeologische Maasband project;
- bijdrage aan het zichtbaar maken van bandkeramiek op het voorplein van het museum voor grafcultuur;
- diverse erfgoedsubsidies op basis erfgoedsubsidieregeling.

Vooruitblik

Waar willen we in de periode 2023-2026 op voortbouwen binnen deze pijler?

- Inzetten op meerjarige (co)financiering voor de verbetering van één nieuwe toeristische (groene)hotspot met een professionele partij en in samenwerking met lokale partijen, gedacht kan worden aan het herstellen van de historische context en groenstructuren rondom de kasteelruïne Stein en het omringende bos/ kasteelpark.
- In samenwerking met lokale partijen meewerken aan initiatieven die inspelen op het beter zichtbaar maken van de Maas en Maascultuur in onze gemeente of de historie op een innovatieve wijze zichtbaar willen maken.
- Continuering toeristische stimuleringsregeling toerisme aan de hand van de volgende criteria: het bevorderen van toerisme binnen de gemeente Stein en is rechtstreeks gelinkt aan het thema Stein, Stil Genieten in het Hart van de Maasvallei en de afgeleide thema`s: Maascultuur, Maasvaart,

Beleidsuitgangspunten

1.
De landschappelijke en unieke erfgoedkwaliteiten staan bij deze pijler voorop. Het verbeteren van deze kernkwaliteiten en toegankelijk maken voor inwoners, recreanten en toeristen is voor ons leidend.

2.
Het voorgaande betekent dat wij in de (groene) hotspots zo weinig mogelijk gebiedsvreemde elementen willen toevoegen. Bij het profiel van de gemeente Stein en het type bezoeker dat we willen aantrekken, passen geen selfieplekken, of vergelijkbare zaken. Functionele elementen als informatieborden, wegwijzers en zitmeubilair wel.

3.
Bijdragen aan kleinere initiatieven gebeurt conform de stimuleringsregeling bij voorkeur in een samenwerkingsverband waarin de verbinding tussen erfgoed, groen en ook ondernemers wordt gemaakt. Cofinanciering heeft de voorkeur.

4.3 Vervoer (bereikbaarheid)

De pijler Vervoer is ook essentieel. Immers, een bestemming en de mooie plekjes moeten goed bereikbaar zijn en voorzien zijn van voldoende parkeerplaatsen. Een gast moet via bijvoorbeeld een goed gestructeerd wandel-, fietsroutenetwerk het gebied kunnen verkennen.

Terugblik

In de periode 2018-2022 is gewerkt aan het opbouwen van de toeristische infrastructuur met extra aandacht voor onze sterkste troef: toeristische wandel- en fietspaden.

Versterking routestructuren:

- toevoeging van extra fietsknooppunten tussen Berg aan de Maas, Urmond en Stein en tussen Catsop en Geulle: de fietsroute Rondje Stein is hierdoor uitgebreid;
- alle gemeentelijke wandelroutes zijn gecontroleerd, opnieuw beschreven en gedigitaliseerd op RouteYou;
- langeafstandswandelpad langs de Maas: De etappe vanaf de schutterij in Oud-Urmond via Casa Montana naar het veer in Berg aan de Maas is als struinroute ingericht;
- bijdrage aan de struinroute Klauwenpad van Natuurmonumenten in Meers-Maasband;
- introductie van een nieuwe wandelroute Steinerbos/ Heidekamppark: industriële en culturele erfgoedroute;
- aanleg van rolstoel- en scootmobielroute Steinerbos -inclusief inclusievriendelijk maken van 2 parkeerplaatsen;
- bijdrage aan de regionale fietsroute vol verwondering;
- deelname aan het ontwerpen van een toekomstige regionale gravelfietsroute.

Knelpunten op de routes zijn fysiek opgelost en routes zijn verbeterd:

- verleggen wandelpad in kasteelpark Elsloo vanwege vernatting;
- aanleg vijf trappen: een trap bij Kattekop in Oud-Urmond, een trap bij het Schoorvoetpad in Berg aan de Maas, een trap in de dijk van het Julianakanaal in Elsloo een trap in het talud bij Meers en een trap nabij de zonput aan de Ondergenhousweg;
- plaatsing van een blow-up kunstwerk bij het veerpont in Berg aan de Maas van de belevingsroute Limburg; op het traject van de internationale Maasfietsroute;
- plaatsing van 3 infoborden in het Heidekamppark;
- extra onderhoud op wandelroutes in de vorm van plaatsen en herstellen van paaltjes, extra maaibeurten;
- verleggen wandel- en fietsroutes vanwege grensmaaswerkzaamheden rondom Maasband als tijdelijke oplossing gedurende graafwerkzaamheden van de nevengeul.

Het is ook belangrijk dat de wandel- en fietsroutes goed bereikbaar zijn. Hiervoor is het idee van Rivierparkings geïntroduceerd. Dit zijn toeristische parkeerplaatsen aan de start en het eindpunt van wandel- en fietsroutes, met infoborden, bankjes en fietsenstallingen. Deze Rivierparkings zijn als startpunten in de brochures verwerkt.

Rivierparkings:

- herinrichting Rivierparking veerpont Berg aan de Maas, uitvoering 2022/2023;
- de Rivierparkings Terhagen, Meers, Maasband zijn voorzien van een set Maasvallei-meubilair; infoborden over gemeentelijke wandel- en fietsroutes; infobord met cultuurhistorische bezienswaardigheden en horeca binnen een straal van 500 meter;
- Rivierparking Steinerbos, zijde Mauritsweg, is alvast op kleine onderdelen verbeterd en een totaal ontwerp volgt eind 2022, uitvoering is voorzien in 2023.

Onderdeel van de pijler vervoer is ook een goede bewegwijzering naar de startpunten van wandelroutes en toeristische hotspots toe. Dit door middel van een goede routing & signing die de bezoeker bij binnenkomst in de gemeente naar de juiste locatie leidt. Daarin zijn in de periode 2018-2023 de volgende acties uitgevoerd:

Routing & signing:

- inventarisatie groene en blauwe borden: opschoonactie;
- inventarisatie bruine borden: bestaande stringente beleid handhaven.

Vooruitblik

Waar willen we op voortbouwen in de periode 2023-2026?

- continuering van hoogwaardig en frequent onderhoud van de 6 gemeentelijke wandelroutes;
- fysieke knelpunten aanpakken/ oplossen op de routes;
- integratie van de gemeentelijke wandelroutes in het Zuid-Limburgse wandelknooppuntennetwerk;
- in overleg met het consortium Grensmaas de wandel- en fietsinfrastructuur laten aansluiten na voltooiing van de nevengeul tussen Maasband en Oud-Urmond;
- afronding van de inrichting van Rivierparkings en daarna:
- aanleg parkeerbewegwijzering Rivierparkings;
- aanleg originele/ innovatieve fietsbewegwijzering vanaf de Maasfietsroute naar het overige deel van onze gemeente;
- uitbreiding van het netwerk van de bruine landschapsborden;
- aanbrengen van wegwijzers vanaf de Rivierparkings voor wat betreft horeca en de nabijgelegen parels;
- inzetten op thematisering van de wandel- en fietsroutes;
- inzetten op de realisering van de fietsroute Westelijke Mijnstreek in samenwerking met de gemeenten Sittard-Geleen en Beek;
- inzetten op de lobby en cofinanciering voor een fietsbrug over de Maas;
- onderzoek mogelijkheden waterrecreatie, bijvoorbeeld het recreatief benutten van het Julianakanaal.

Beleidsuitgangspunten

1.
We zetten in op kwaliteit van wandel- en fietsroutes en niet op kwantiteit.

2.
Alleen de gemeentelijke wandel- en fietsroutes nemen we op in de toeristische brochure omdat deze routes qua controle en onderhoud altijd up to date zijn en de kwaliteit kan worden gegarandeerd.

3.
Het oplossen van knelpunten en fysieke verbeteringen op wandelroutes vindt primair en vooral plaats op de 6 gemeentelijke wandelroutes en de fietsknooppunttrajecten.

4.
Rivierparkings worden uniform ingericht met meubilair & elementen uit de huisstijl van het RivierPark Maasvallei.

5.
Bij routing & signing wordt ervoor gewaakt dat vanaf de Rivierparkings individuele ondernemers worden vermeld. Deze kunnen conform het daarvoor geldende beleid bruine borden aanvragen.

6.
Inclusief/ toegankelijk toerisme wordt nader uitgewerkt met de klankbordgroep inclusie en toegankelijkheid bij uitvoering van concrete projecten.

4.4 Verblijf

Een goede en evenwichtige verblijfssector is essentieel.

Verblijf is geen primair gemeentelijke taak. Daarnaast zijn regels voor nieuwvestiging en uitbreiding van verblijfsaccommodaties gebonden aan regionale regelgeving. Verblijf is ook gemeente overstijgend. Een toerist die op vakantie is in Zuid-Limburg zal nooit alleen in de gemeente blijven waar hij of zij overnacht, maar tijdens zijn verblijf de omgeving verkennen zonder rekening te houden met de gemeentegrenzen. Vanwege deze regionale samenhang zijn voor verblijf in de Visie VTE 2030 Zuid-Limburg regels opgesteld en gelden op basis van bestuurs-afspraken stringente toetsingskaders.

Wij faciliteren als gemeente kleinschalige initiatieven die passen binnen ons toeristisch profiel, of dat versterken, en die passen binnen de uitgangspunten van de Visie VTE Zuid-Limburg 2030.

Terugblik

In de periode 2018-2022 hebben wij actief de doorstart van camping Catsop gefaciliteerd, alsmede meegedacht in de ontwikkeling van een kleine camping in de Veldschuur.
Daarnaast hebben wij geconstateerd dat de bestaande hotels in onze gemeente zich kwalitatief blijven door ontwikkelen en dat mede vanwege de gunstige invloed van de ontwikkeling van RivierPark Maasvallei een aantal B&B`s erbij is gekomen.

Vooruitblik

In de periode 2023-2026 continueren wij onze inzet om nieuwe kleinschalige ondernemers te faciliteren.

Beleidsuitgangspunten

1.
We zetten (passief) in op kleinschalige verblijfsaccommodaties (campings/ B&B`s) die passen binnen het toeristisch profiel van de gemeente Stein in de vorm van ondersteuning.

2.
Uitbreiding van bestaande hotels in onze gemeente vanwege kwaliteitsverbetering en noodzakelijke doorontwikkeling is voorstelbaar, mits dit past binnen de regionale afspraken die daarvoor gelden. Nieuwe grootschalige verblijfsaccommodaties zijn niet passend binnen onze gemeente.

3.
Onbeheerde kleinschalige camperplaatsen worden niet wenselijk geacht. Voor beheerde kleinschalige camperplaatsen (tot 20 plaatsen) is geen sluitend businessmodel en grootschalige camperplaatsen worden niet nagestreefd.

Konikspaarden in Meers
(Foto: Femke Hoogewoning)

4.5 Vermaak

Wil je gasten langer vasthouden dan is Vermaak nodig. Hieronder vallen bijv. attracties, cultuur, evenementen en een goede horeca.

Terugblik

In de jaren 2018-2022 heeft het accent gelegen op het opbouwen van de toeristische/ fysieke infrastructuur.

Daarnaast was de coronaperiode een periode waarin veel facetten uit de pijler Vermaak aan banden zijn gelegd voor enige tijd.

Overigens wordt opgemerkt dat onze gemeente van oudsher veel evenementen, festivals en activiteiten kent, maar deze worden niet specifiek vanuit toeristisch oogpunt -en als nieuw evenement- in de markt gezet.

Vooruitblik

In de periode 2023-2026 wordt ingezet op:

- profileren en organiseren/ subsidiëren nieuwe evenementen als Maasgemeente en Hart van de Maasvallei: i.s.m. Visit ZL, werkgroep Maaskentj, ondernemers: hiervoor wordt een promotiestrategie uitgewerkt;
- inzet van de toeristische werkgroep Maaskentj om bij ontplooiing van nieuwe activiteiten het accent te leggen op deze pijler;
- met het recreatiepark Steinerbos, als grootste regionale attractie in de gemeente Stein, wordt onderzocht hoe de toekomstplannen, de promotie en de routing& signing nauw op elkaar kan worden afgestemd;
- toevoegen van nieuwe thematische fietsroutes, familieproducten & andere vormen van toeristische beleving;
- gasten kunnen naast de toeristische voorzieningen ook gebruik maken van onze andere middenstand.
  Bij goede initiatieven vanuit ondernemers kan ook gekeken worden hoe de verbinding kan worden gelegd met het Ondernemersfonds. We streven ernaar de verbinding tussen de lokale middenstand en gasten te versterken.

Beleidsuitgangspunten

1.
We gaan als gemeente evenementen en samenwerking met de horeca, attracties en musea faciliteren, stimuleren en subsidiëren. Dit impliceert dat de gemeente Stein niet primair zelf evenementen gaat organiseren.

2.
Afstemming van evenementen en activiteiten in onze gemeente en plaatsing op de gemeentekalender wordt bij subsidievoorwaarden vanuit de stimuleringsregeling als voorwaarde c.q. verplichting opgenomen. Spreiding van evenementen en activiteiten over alle seizoenen is een pré.

4.6 Verleiden (door Visit ZL)

Gasten en bezoekers moeten ook verleid worden om te komen. Dit gebeurt via o.a. branding en marketing.
Verleiding is ook het fysiek aantrekkelijker maken van onze gemeente aan de entrees.

Terugblik

In de periode 2018-2022 is ingezet op deze pijler op de volgende wijze:

Promotie & Marketing

- claimen merk en slogan: Stein, Hart van de Maasvallei en ontwikkeling van een toeristische huisstijl;
- nieuwe toeristische website 2018, herziening 2022: www.hartvandemaasvallei.nl;
- ontwikkelen en promoten van 4 toeristische video`s;
- plaatsing van 3 digitale informatiezuilen in winkelcentrum Stein, brouwerij de Fontein en speeltuin Steinerbos, 4e zuil is in voorbereiding bij Historiehuis van de Maasvallei;
- jaarlijks promotieplan offline en online promotie via Visit ZL;
- ontwikkeling nieuwe wandel- en fietsbrochures.

Fysiek zijn de entrees op de volgende wijze verbeterd:

- plaatsing van 6 landschapsborden op entreelocaties in onze gemeente;
- vergroening en herinrichting van rotondes bij de entrees. Het gaat om de rotondes bij Van der Valk, de Asfaltcentrale en voorbij het spoor in Elsloo;
- beschildering van de viaducten onder de A76 aan de Napoleonsbaan.

Vooruitblik

In de periode 2023-2026 willen wij in ieder geval inzetten op de volgende zaken:

- continuering van alle acties met betrekking tot promotie en marketing;
- passend binnen het profiel van de gemeente Stein: inzetten op doelgroep verbreding. Hoe kunnen wij andere doelgroepen dan wandelaars en fietsers verleiden om onze gemeente te bezoeken? ;
- verder werken aan het verbeteren van de entrees van onze gemeente;
- onderzoeken op welke wijze onze gemeente zich kan profileren met streekproducten en aanhaken op het "Regionaal Voedselsysteem Zuid-Limburg" ;
- in de promotie en marketing de positie de grensligging (inclusief de historische grensligging, historische verbindingen met Leut) nadrukkelijker als usp benadrukken;
- fysieke promotieacties uitwerken: denk aan banieren of ludieke publicitaire acties;
- continue aandacht voor een up to date website, infozuilen en brochure.

Beleidsuitgangspunten

1.
Bij alle promotie- en marketinguitingen staat Stein, Hart van de Maasvallei zoveel mogelijk centraal.

2.
Gemeentelijke promotie en marketing vindt plaats door Visit Zuid-Limburg op basis van een jaarlijks opgesteld promotieplan. Aan de hand van data wordt de effectiviteit van de promotie gemonitord.

3.
In afstemming met Visit Zuid-Limburg wordt aangehaakt bij de regionale Zuid-Limburgse verhaallijnen zoals de DNA-thema`s prehistorie (voor ons bandkeramiek) en bezinning.

4.7 Verbinden

Om een evenwichtige sector op langere termijn te creëren zijn Verbindingen belangrijk met actieve inwoners, samenwerking tussen en met ondernemers en culturele verenigingen.

Terugblik

In de periode 2018-2022 is in samenwerking met de toeristische werkgroep Maaskentj het volgende gerealiseerd:

- ontwikkeling themaproduct Auvermenkesmysterie Stein;
- ontwikkeling themaproduct Sleutel van Elsloo;
- bloggersacties 2019-2020;
- uitbreiding netwerk ondernemers .

Daarnaast is ingezet op verbinding met de ondernemers door middel van:

- periodieke toeristische nieuwsbrieven en bijeenkomsten;
- begeleiding nieuwe ondernemers.

Verder zijn de Dop`s actief betrokken bij onze uitvoeringsplannen. Onder andere door de teksten op diverse informatieborden aan te leveren.

Vooruitblik

Voor de periode 2023-2026 willen wij de huidige samenwerkingsvormen continueren en versterken. Concreet met:

- intensivering samenwerkingsvormen met grensoverschrijdend RivierPark Maasvallei;
- intensivering samenwerking en promotie en marketing van de Grensmaasvallei (toeristische benaming voor de regio Westelijke Mijnstreek);
- samenwerking met de klankbordgroep inclusie en toegankelijkheid;
- versterking van de toeristische werkgroep Maaskentj met een evenredige vertegenwoordig van ondernemers, de musea, culturele ondernemers en een vertegenwoordiging verspreid over alle kernen;
- binnen de gemeentelijke organisatie wordt nadrukkelijk de samenwerking opgezocht met communicatie, groenbeleid inclusief RivierPark Maasvallei, erfgoed en kunst & cultuur. Ook vanuit het erfgoedbeleid en groenbeleid kan worden bijgedragen aan het zichtbaar maken van historische en groene parels;
- samenwerking met belangrijke natuurpartners en grootgrondeigenaren zoals Stichting Limburgs Landschap en Natuurmonumenten.

Beleidsuitgangspunten

1.
Wij zetten in op intensievere positionering van de propositie Stein, Hart van de Maasvallei, in samenwerking met grensoverschrijdend RivierPark Maasvallei.

2.
Wij zetten in op intensivering van de promotie en marketing van de regionale Grensmaasvallei onder leiding van Visit Zuid-Limburg.

3.
Zowel bij de pijler Vermaak als Verbinding zitten grote raakvlakken met cultuur en meer specifiek inzet op het thema bandkeramiek. Dit loopt ook als een rode draad door ons toeristisch profiel. Voor de inhoudelijke duiding van dit thema is het nieuwe cultuurbeleid leidend. Toerisme is volgend en verzorgt de promotie en marketing op dit onderdeel.

Hoofdstuk 5
Cijfers en onderzoek

Uitzicht kerk Elsoo

Cijfers en onderzoek

Aangezien deze visie een herijking is van de visie uit 2018, is het goed om terug te kijken. Niet alleen aan de hand van uitgevoerde projecten (hoofdstuk 4), maar ook aan de hand van cijfers en onderzoek. Wat heeft de ontwikkeling van toerisme in onze gemeente opgeleverd en hoe kijken onze inwoners hier tegen aan? Zoals eerder geconstateerd, is het verwerven van toeristische data een breed gedragen wens in Zuid-Limburg en loopt onze regio daarin achter op overige toeristische regio's. De komende jaren wordt hieraan gewerkt.

Het RivierPark Maasvallei heeft wel enkele interessante gegevens voor de gemeente Stein verzameld. Sinds 2021 zijn er ook aan Nederlandse zijde van de Maas fiets- en wandeltellers geplaatst en wordt het gebruik van de veerpontjes gemonitord. De verwachting is dat ook deze cijfers binnen een aantal jaren voldoende en bruikbare data zullen opleveren. Voor nu zijn de data nog niet betrouwbaar genoeg, ook omdat de coronajaren geen goede referentiejaren vormen.

Verder heeft het RivierPark in 2021 een grootschalig bewonersonderzoek uitgevoerd in het hele werkgebied.

Scan de QR-code.

Uit het bewonersonderzoek blijkt dat het Maaslands immaterieel erfgoed (dialect, carnaval, ambachten, verenigingsleven…) een groot eigenaarschap kent. Dankzij die streekidentiteit en streektrots is er bij de Maaslander een groot draagvlak voor bezoekers.

70% van de inwoners steunt het toerisme in eigen gemeente

80% vindt de rivier de Maas het meest kenmerkende aspect van de eigen leefomgeving

90% vindt dat de natuur beschermd moet worden

4/10 inwoners gaat maandelijks de grens over (resultaten in corona-jaar).

Kortom er is veel draagvlak voor toerisme binnen het RivierPark Maasvallei en dat komt ook met name door de gehanteerde principes bij toeristisch beleid, zoals beschreven in hoofdstuk 1.

Dat maakt
Stein voor mij
liefde voor de Maas

Gemeente ***Stein***