

Kennis

Om de Achterhoekse vrijetijdsector sterker en toekomstbestendiger te maken is kennis van essentieel belang. Kennis over de gast en het werkveld, maar ook over de nut en noodzaak van productinnovatie, samenwerken en kwaliteitsverbetering binnen de sector.

Kennisplein

Om deze kennis te organiseren heeft de kennismakelaar een plan geschreven voor de realisatie van een Kennisplein. Inmiddels is het Kennisplein een vaste waarde geworden van Achterhoek Toerisme. Via dit interactieve platform worden (online) kennissessies aangeboden, e-learning modules, workshops en feiten en cijfers gedeeld met ondernemers en organisaties.

ACTIVITEITEN EN AANTAL DEELNEMERS:

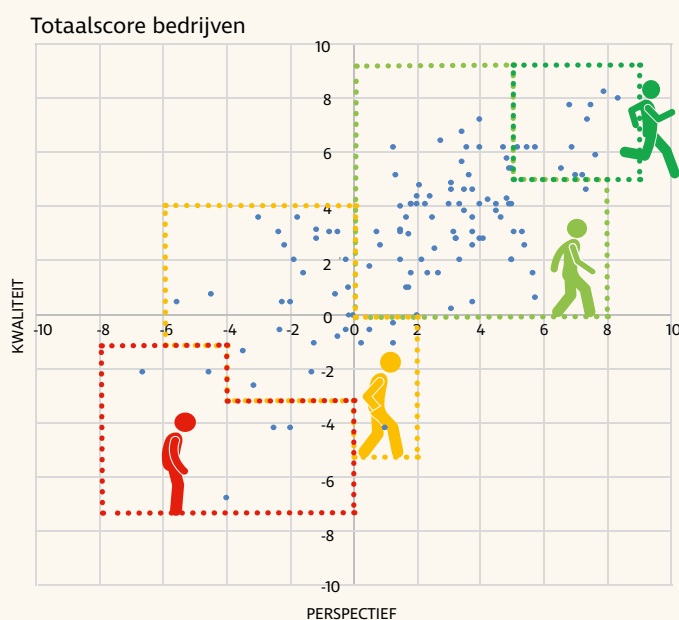
Lancering Kennisplein maart 2019	Kennisprogramma Duitse markt	Kennisprogramma VVV's Duitse gast	Kennisprogramma doelgroepen	9 e-learning trainin- gen beschikbaar
200 	21 	39 	12 	174 
				

Kennisprogramma social media	Online kennissessies; Instagram, tekst schrijven (8x)	Inspiratiedag VVV's / TIP's naar Aalten / Winterswijk	Inspiratiedag partners (ondernemers) naar Lochem / Zutphen	Tweedaagse inspiratie- reis Karls Erlebnisdorf Duitsland
15 	60 	45 	55 	7 

Vitaliteitsonderzoek

In 2019 hebben we vanuit de Vrijetijdsagenda onderzocht hoe vitaal de Achterhoekse verblijfsrecreatie sector is. Daarbij zijn ook de kansrijke doelgroepen in beeld gebracht. De resultaten zijn tijdens drie bijeenkomsten gedeeld met de sector ter inzicht en inspiratie. In het algemeen is de verblijfsrecreatie sector in de Achterhoek tamelijk vitaal. Om ook in de toekomst toeristen goed te ontvangen blijven we via de nieuwe Vrijetijdsagenda investeren in aantrekkelijk en kwalitatief hoogwaardig aanbod.

Achter- blijvers	Zorgen- kindjes	Midden- motors	Voorlopers
			



Gastheerschap

Eén van de speerpunten uit de Vrijetijdsagenda 2016-2019 is het bevorderen van gastheerschap. De gast is continu op zoek naar nieuwe belevingen en ervaringen. Ongeveer 85% van de bezoekers besluit pas op de bestemming zelf wat ze gaan doen.

In 2018 is door Achterhoek Toerisme vanuit de Vrijetijdsagenda een plan ontwikkeld om de VVV's om te vormen tot inspiratiepunten, gastvrijheidspunten en TIP's. In 2019 zijn de eerste VVV's gestart met de transitie van informatievoorziening naar inspiratiepunt. In februari 2020 is het eerste Gastvrijheidspunt in Ruurlo geopend. In 2020 worden drie grote inspiratiepunten gerealiseerd; Winterswijk (april), Ulft (mei) en Zutphen (juni).

Naar alle waarschijnlijkheid zal eind 2020 een inspiratiepunt in Groenlo haar deuren openen en er zijn gesprekken gaande over het realiseren van nieuwe gastvrijheids- en inspiratiepunten.



Feiten & cijfers

- In 2019 is een nieuwe Achterhoek database ontwikkeld vanuit de Vrijetijdsagenda
- De database kan als basis dienen voor toekomstige apps of initiatieven van derden
- De website www.achterhoek.nl is in de periode 2016-2019 door meer dan 500.000 mensen bekeken

Colofon

Van: regionaal overleg Vrijetijdseconomie
gemeenten Achterhoek

Beeldmateriaal: Stichting Achterhoek Toerisme

Ontwerp en opmaak: Buro 28, Arnhem



Verantwoording Vrijetijdsagenda 2016-2019

Recreatie en Toerisme in de Achterhoek versterken door betere kwaliteit

De vrijetijdssector is ontzettend belangrijk voor de Achterhoek. Door toerisme en recreatie wordt de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van de Achterhoek vergroot en onze lokale economie gestimuleerd.

Sinds 2006 werken de Achterhoekse gemeenten met Stichting Achterhoek Toerisme en ondernemers intensief samen aan een toekomstbestendige sector. Deze samenwerking is vastgelegd in een visie en uitvoeringsagenda: de Vrijetijdsagenda.

Vrijetijdsagenda 2016-2019

We hebben ingezet op het ontwikkelen van de vrijetijdssector door productinnovatie te stimuleren, meer zichtbaarheid te realiseren en het lokale gastheerschap te verbeteren. Alle gemeenten - Aalten, Berkelland, Bronckhorst, Doetinchem, Lochem, Montferland, Oost-Gelre, Oude IJsselstreek, Winterswijk en Zutphen – hebben cofinanciering beschikbaar gesteld.

We hebben de resultaten van de afgelopen periode weergegeven aan de hand van de vier pijlers: productontwikkeling, kennis, gastheerschap en promotie & marketing.

Inzet kennismakelaar

In 2016 is een kennismakelaar aangesteld voor twee dagen in de week. De kennismakelaar heeft samen met de gemeenten en Achterhoek Toerisme uitvoering gegeven aan de agenda, als spin in het web en aanjager van (nieuwe) initiatieven. De kennismakelaar heeft zich met name bezig gehouden met productontwikkeling, netwerken en verbindingen realiseren tussen partijen en kennisontwikkeling en –deling.

Feiten & cijfers

- In 2019 werden ruim 3,3 miljoen toeristische overnachtingen van binnen- en buitenlandse gasten doorgebracht in de Achterhoek. Een stijging van 15% t.o.v. 2015.
- Toerisme en recreatie leverde in 2019 12.240 banen op. Bijna 1.200 banen meer t.o.v. 2015.
- Veel jongeren vinden een eerste baan in onze sector, bijvoorbeeld in de horeca. Een groep die we graag aan de Achterhoek willen binden.
- De economische betekenis van de vrijetijdssector was ruim 308 miljoen euro in 2019.

Alle beoogde doelen uit de Vrijetijdsagenda – meer bezoekers, langer verblijf en meer bestedingen – zijn behaald.



Productontwikkeling

Eén van de pijlers van de Vrijetijdsagenda is productontwikkeling. Samen met de sector hebben we nieuwe initiatieven geïntroduceerd. Daarbij hebben we telkens gezocht naar de samenwerking met andere sectoren, zoals de maakindustrie. Met enkele concrete projecten als resultaat:

SMAAS (Smart Mobility As A Service)

Door het project worden toeristisch-recreatieve attracties in de Achterhoek beter aan elkaar verbonden met laagdrempelig vervoer. Een slimme deelfiets in combinatie met goede informatievoorziening.

Sensortechnologie op bedrijven

Vanuit het project is een eenvoudige en betaalbare sensor ontwikkeld die op een leiding kan worden geplaatst en de doorstroom van water, watertemperatuur en temperatuur van de omgeving meet. Door deze slimme toepassing wordt de werk- en kostendruk van ondernemers verlaagd. De pilot is afgerond, er wordt gekeken hoe het product breed kan worden weggezet.

Doorontwikkeling TOP's

Een TOP staat voor Toeristisch Overstap Punt. Een 'knooppunt' waar diverse routes samen komen. Vanuit de Vrijetijdsagenda transformeren we twee TOP locaties tot nieuwe hotspots. Bij succes gaan we de komende jaren de andere TOP's vernieuwen.

Daarnaast zijn we gestart met projecten die de komende periode nader worden uitgewerkt.



Regionale marketing en promotie

Vanuit de Vrijetijdsagenda zijn middelen beschikbaar gesteld om nieuwe themacampagnes op te zetten en een aantal bestaande campagnes duurzaam voort te zetten. Daardoor is het bereik enorm toegenomen en is de (inter)nationale zichtbaarheid van de Achterhoek vergroot.

Vanuit de Vrijetijdsagenda zijn de volgende activiteiten gefinancierd:

4 themacampagnes

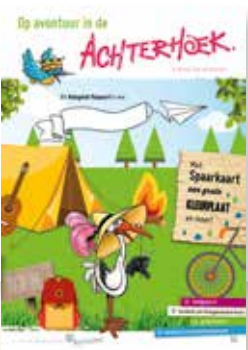
- Kidsgeluk
- Hotels
- Karakteristiek
- Outdoor / MTB

Internationale markt bewerking:

- Persbewerking (persreizen en persberichten)
- Vertaling en optimalisatie achterhoekferien.de
- Vertaling en optimalisatie campagne-websites
- Online mediacampagne
- Mediainkoop

Kidsgeluk:

- Promotiecampagne
- Realisatie displays
- Online mediacampagne
- Netwerkbijeenkomsten



VERVOLG REGIONALE MARKETING EN PROMOTIE

Outdoor campagne

Eén van de campagnes die dankzij de Vrijetijdsagenda is gerealiseerd is de outdoor campagne. Met deze campagne bundelen we aanbod en brengen we de kwaliteiten van onze regio op een nieuwe manier onder de aandacht. Hiermee ontstaat een nieuwe product-marktcombinatie, waarmee we nieuwe doelgroepen aanspreken waarvoor we als regio veel te bieden hebben. De volgende thema's staan hierbij centraal: mountainbiken, gravelbiken, trailrunnen en paardrijden.

MTB en outdoor:

- Bundelen aanbod
- Fotografie
- Promovideo's
- Website
- Inzet sociale media
- Mediadeals (o.a. MTB challenge)
- Mediacampagne online

Karakteristiek:

- Productontwikkeling (waaronder routeproducten en smaakkaart)
- Mediacampagne online
- Deelnemersbijeenkomsten

Hotels:

- Online marketingcampagne
- Netwerkbijeenkomsten

