

Wijchen = Samen ontdekken

Toeristische visie Wijchen 2020-2030

September 2020



Voorwoord

Wijchen=
samen ondernemen, samen ontdekken, samen genieten

Toerisme is een belangrijk speerpunt voor het gemeentebestuur. Dat is niet voor niks: het zorgt voor inkomsten voor onze ondernemers en werkgelegenheid voor onze inwoners. Toeristische overnachtingen leveren de gemeente inkomsten op door de toeristenbelasting. Deze opbrengst zetten we in om ons recreatief en cultureel aanbod te promoten, onderhouden en te verbeteren. Zo profiteren ook onze inwoners van het inkomend toerisme. Het zorgt ook voor een bruisend centrum en levendigheid in alle kernen binnen onze gemeente.

Veel mensen hebben al ontdekt dat Wijchen binnen de regio Arnhem-Nijmegen een prachtige toeristische bestemming is. We hebben al heel wat toeristen mogen verwelkomen. Er is dan ook voor ieder wat wils: cultuurhistorie, natuur, actief bezig zijn en ontspanning. De toeristen ontdekken niet alleen het centrum van Wijchen met zijn

prachtige kasteel, gezellige cafeetjes en gevarieerd winkelaanbod. Ze komen ook in onze kernen. In Batenburg met zijn pittoreske straatjes en de kasteelruïne. Ze zien de Oude Toren en komen langs de dijken van Balgoij. Op de Kapelberg in Bergharen, het hoogste punt van het Land van Maas en Waal, vinden ze een bijzonder inspirerend rustpunt. Ook weten zij de mooie natuur te vinden. Denk aan de bossen van Leur en Hernen, waar ook nog een prachtig kasteel te bezichtigen is. En de Overasseltse en Hatertse Vennen bij Alverna. We zien recreanten struinen langs de Maas of recreëren op de boot in de jachthavens van de Loonse Waard bij Niftrik. Recreatiegebied Berendonck is natuurlijk een heerlijke plek om in de zomer af te koelen, om te relaxen in het wellnessresort of juist sportief bezig te zijn. Er zijn veel mooie wandel- en fietsroutes in onze omgeving. Soms waan je je in het buitenland, prachtig is het hier!

Toen kwam corona. De toeristische sector is hier hard door getroffen. Ik ben ontzettend trots op alle Wijchense ondernemers die in deze moeilijke tijd hun hoofd boven water proberen te houden. Er is veel verbondenheid en creativiteit naar boven gekomen. Ik heb allerlei initiatieven gezien die mensen samenbrachten. Wat vind ik het mooi om te ervaren hoezeer het ondernemerschap in de Wijchense genen zit. Ik zie gelukkig dat toeristen, nu vooral uit ons eigen land, Wijchen weer weten te vinden.

Samen met onze inwoners wil ik Wijchen op de kaart zetten. Deze toeristische visie vertelt waar wij de komende jaren het accent op willen leggen. De gemeente faciliteert het toerisme maar het valt of staat bij de gastvrijheid van de Wijchenaren. Wijchen is geen Wijchen alleen door de mooie natuur en cultuur(historie). Wijchen is in de eerste plaats Wijchen door de Wijchenaren. Gastvrij, bourgondisch en gemoedelijk als wij zijn. We doen het samen.

Nick Derks
Wethouder economie en toerisme

Ambitie Wijchen 2030:

Toerisme levert een bijdrage aan onze ambitie voor een krachtige gemeente in balans, waar door samenwerking en innovatief, duurzaam ondernemerschap een bijdrage wordt geleverd aan het prettig werken, wonen, recreëren voor de Wijchenaar en de bezoeker.



Inhoud

Deel A: Visie toerisme Wijchen	5
Hoofdstuk 1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding	7
1.2 Kaders toeristische visie	8
1.3 Onze aanpak	14
Hoofdstuk 2. Kansen en opgaven voor Wijchen	15
2.1 Inleiding	16
2.2 SWOT	17
2.3 Confrontatiematrix	18
Hoofdstuk 3. Visie en ambitie Wijchen 2030	19
3.1 Inleiding	20
3.2 Samengesteld toeristisch product	21
3.3 Huidige positionering	22
3.4 Gewenste positionering	24
3.5 Onze toeristische ambitie	26
3.6 Hoe gaan we deze ambitie verwezenlijken?	27
Hoofdstuk 4. Uitvoeringsprogramma 2020-2030	40
Hoofdstuk 5. Organisatie en financiën	47

De toeristische nota bestaat uit twee delen. Deel A gaat in op toeristisch Wijchen in 2030. In het aparte document 'Deel B' zijn de analyses toegelicht.

A

Deel A

Visie toerisme Wijchen





01

Inleiding

1.1 Aanleiding

Toerisme is een belangrijke economische drager. Het zorgt voor directe bestedingen in de vrijetijdseconomie en indirecte bestedingen voor de toeleveranciers. Lang stond alleen de economische waarde centraal: toerisme als een doel op zich. Maar toerisme brengt meer. Zo kan toerisme bijdragen aan het in standhouden van voorzieningen, van winkels tot horeca. Aan een divers banenaanbod voor alle opleidingsniveaus. Aan meer welzijn voor alle bewoners en aan een regio waar de wensen van bewoners en bezoekers in balans zijn. Toerisme wordt een middel.

Toerisme is een van de speerpunten voor het gemeentebestuur. Het is een belangrijke economische drager voor Wijchen. Het zorgt voor inkomsten voor onze ondernemers en het levert werkgelegenheid op voor onze inwoners. Daarnaast levert toerisme ook inkomsten op voor de gemeente via de toeristenbelasting. Hiermee kunnen we onze inwoners laten meeprofiteren van het toerisme. Door de inkomsten uit toeristenbelasting in te zetten voor de instandhouding en verbetering van ons recreatief en cultureel aanbod, hebben toeristen én onze inwoners profijt van wat Wijchen biedt.

De gemeente Wijchen heeft voldoende potentie als toeristische bestemming binnen de regio Arnhem-Nijmegen. Wijchen als eigen bestemming en als onderdeel van het Rijk van Nijmegen en het Land van Maas en Waal binnen de regio Arnhem-Nijmegen. Van natuur tot cultuurhistorie, en van actief tot ontspanning, komen toeristen hier aan hun trekken.

Deze beleidsnota geldt als opvolger van de toerisme nota 2009-2015 Een Heerlijkheid tussen Maas en Waal.



1.2 Kaders toeristische visie

Ons toeristisch beleid staat niet op zichzelf. Landelijke en regionale perspectieven vormen uitgangspunten voor ons toeristisch beleid. Lokaal is onze economische visie een uitgangspunt voor het toeristisch beleid.

Corona: Hersteloffensief Toerisme

De coronacrisis, en als gevolg daarvan de genomen maatregelen om de crisis te bestrijden, heeft de toeristische sector keihard getroffen. Op het moment van schrijven (voorjaar / zomer 2020) hebben we nog geen zicht op de duur van de crisis. Op provinciaal en op landelijk niveau wordt gewerkt aan de (voorbereiding op) een hersteloffensief voor het toerisme.

Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (TVAN) heeft ten behoeve van een strategie vier scenario's ontwikkeld waarlangs het herstel van de binnenlandse markt kan plaatsvinden. In al die scenario's is de verwachting dat veel Nederlanders in eigen land op zomervakantie willen/zullen gaan. Vliegvakanties zullen langzaam weer toenemen. Men heeft meer behoefte aan autonomie en veiligheid op zijn vakantie. Daardoor is het aannemelijk dat mensen zo veel mogelijk met eigen vervoer willen gaan, en op de plaats van bestemming willen verblijven in een accommodatie met eigen (sanitaire) voorzieningen.

In combinatie met de waarschijnlijk dan nog geldende maatregelen in het kader van Covid19, levert dat in potentie ongewenste druk en/of

sociale irritatie op, met name op de hotspots in onze regio. Tegelijkertijd levert het ook kansen op voor de minder bekende gebieden en plekken in onze regio. Crowdmanagement en destinatiemanagement worden belangrijk zolang het virus onder ons is.

De samenwerking en coördinatie in het Landelijk Hersteloffensief is onder meer bedoeld om te voorkomen dat iedere regio of provincie voor zich gaat werken en er wellicht ongewenste concurrentie om de binnenlandse en buitenlandse bezoekers gaat ontstaan. De hoofdlijnen van een gecoördineerde aanpak zijn:

- De aanpak is opgedeeld in fases vanaf juni 2020 tot aan de zomer van 2021. In de eerste fase, die misschien wel tot na de zomer van '20 duurt, ligt de nadruk vooral op marketingcommunicatie over veiligheid bij binnenlands toerisme. De regionale campagnes van TVAN sluiten hier op aan.
- In 2020 moeten of willen we met z'n allen misschien wel in Nederland blijven, maar in 2021 zullen mensen juist de behoefte hebben om weer naar het buitenland te gaan. Het Hersteloffensief is er ook op gericht om mensen zo eind '20, begin '21 te inspireren om wederom Nederland als bestemming te kiezen voor de zomervakantie, maar dan op positieve gronden: omdat je het wil. Op deze manier willen we de soms 'hernieuwde' kennismaking met het eigen land als vakantiebestemming een duurzaam vervolg geven.

Landelijk perspectief: Bestemming Nederland 2030

Voor het toeristisch perspectief op de langere termijn blijft het kader van Bestemming Nederland 2030 actueel, ondanks de coronacrisis. Door de coronacrisis zal de nadruk wel meer komen te liggen op veilige vrijetijdsbesteding en de focus op bezoekers uit eigen land en vanuit de ons omringende landen.

Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) stelt dat het tijd wordt om toerisme niet alleen maar te promoten, maar ook om bezoekersstromen beter te beheersen en te spreiden. Het aantal binnenlandse en inkomende bezoekers in Nederland groeit. Zet de groei van de afgelopen jaren zich exponentieel door, dan kan dat in 2030 oplopen tot maar liefst 42 miljoen internationale gasten. Met name in steden en op iconische locaties zal door overbelasting een druk op de leefbaarheid ontstaan. Dit terwijl andere plaatsen in Nederland nog onvoldoende profijt hebben van de kansen en economische impuls die toerisme kan bieden.

Het doel is om de bestemming Nederland toekomstbestendig te ontwikkelen als geliefde, waardevolle en leefbare bestemming. Het NBTC ziet toerisme hierbij als een middel om bij te dragen aan het oplossen van grotere maatschappelijke vraagstukken die invloed hebben op onze welvaart en ons welzijn. Zodat in 2030 elke Nederlander profijt heeft van toerisme. Het NBTC heeft 5 strategische prioriteiten geformuleerd die centraal staan in de ontwikkeling richting 2030. In onze toeristische visie houden we rekening met deze strategieën.

1. **Lusten en lasten in balans.** Er moet actief worden ingezet op het vergroten van de lusten van bezoek voor alle Nederlanders en de bewustwording ervan. Daarnaast is het zaak om de lasten die met bezoek gepaard gaan actief en zichtbaar tot een aanvaardbaar minimum te beperken.
2. **Nederland overal aantrekkelijk.** NBTC wil bezoekers naar andere plekken in Nederland trekken, waar mogelijk op andere momenten. Daarvoor is het nodig om het huidige aanbod te verbeteren en nieuw aanbod te ontwikkelen en onbekende gebieden meer in de spotlight te plaatsen. Door toekomstige bezoekers beter te verdelen over Nederland profiteren meer regio's, én bewoners, van de waarde van bezoek.
3. **Toegankelijk en bereikbaar.** Er is een integrale benadering nodig voor lucht-, spoor-, weg- en waterverkeer. Bewoners en bezoekers hebben baat bij duurzame mobiliteitsoplossingen die leiden tot optimale bereikbaarheid, van de eerste tot en met de laatste kilometer. Mobiliteit die aansluit bij de behoeften en het gedrag van bezoekers én bewoners.
4. **Verduurzaming moet.** In het kader van gestelde klimaatdoelen en het waarborgen van een vitale leefomgeving voor alle Nederlanders heeft de bezoekerseconomie een verantwoordelijkheid om te verduurzamen, circulair om te gaan met grondstoffen, vervuiling en verspilling te voorkomen en CO² uitstoot te minimaliseren.
5. **Een gastvrije sector.** Gastvrijheid is het fundament van een aantrekkelijke bestemming. Voor een optimale gastvrijheidsbeleving moet worden geïnvesteerd in het imago, de professionaliteit en de aantrekkelijkheid van de sector als werkgever. Dit kan door nieuwe vormen van opleiden c.q. ontwikkelen, het aanspreken van nieuwe werknemers en het bieden van perspectief.

Provinciale context: Beleef het in Gelderland

Medio 2018 heeft de provincie Gelderland de koersnotitie 'Beleef het in Gelderland' vastgesteld. Doel van deze notitie is om de toeristische en recreatieve mogelijkheden voor bezoekers van Gelderland te verbeteren. In de koersnotitie worden 3 inhoudelijke sporen benoemd:

1. Bekend maken wat er te beleven is in Gelderland.
2. Het verbeteren van het toeristisch en recreatief aanbod.
3. Samenwerken aan thematische verhaallijnen.

Voor onze nota is het spoor 'aanbod verbeteren' van belang. Dit spoor doelt op 2 thema's. Ten eerste bestaat de opgave om samen te werken aan een netwerk van regionale routes (met het accent op wandelen en fietsen). Ten tweede heeft de koers het doel om het Gelders toeristisch aanbod te verbeteren en in te spelen op de veranderende behoefte van de bezoeker. Hierbij ligt de focus op 2 punten:

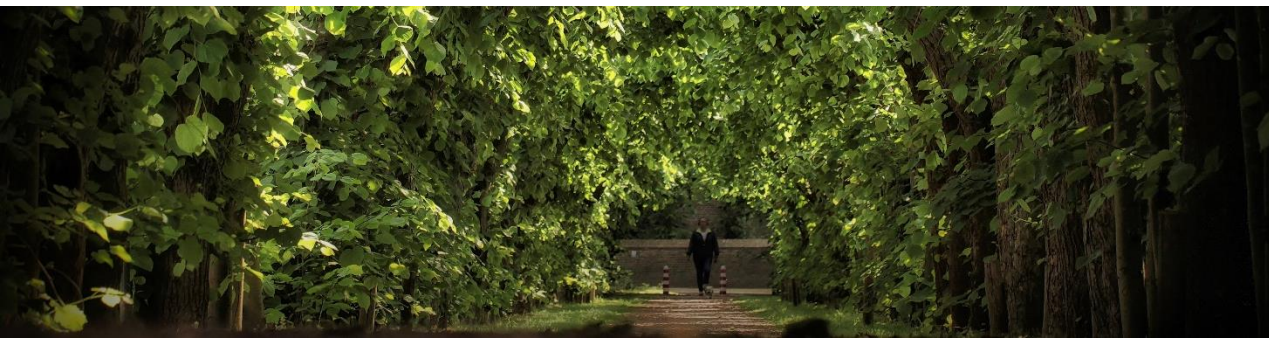
1. Het stimuleren van verbeteringen op het gebied van gastvrijheid.
2. Het verduurzamen van de toeristische sector.

Ook het spoor 'Samenwerken aan thematische verhaallijnen' is een belangrijk uitgangspunt voor onze toeristische nota. De ambitie van de provincie is het

tot leven brengen van bijzondere Gelderse verhalen en de verbinding leggen tussen afzonderlijke onderdelen binnen deze verhalen. Zo worden Gelderse bestemmingen beter beleefd door zowel binnenlandse als buitenlandse toeristen, waarbij goed aangesloten wordt op de nationale verhaallijnen van het NBTC. De provincie formuleert voor dit onderwerp enkele speerpunten:

- Behoud cultuurhistorie door het vertellen van interessante en beleefbare verhalen;
- Werk samen en zoek verbinding om te komen tot deze verhalen;
- Zorg dat de cultuurhistorische identiteit van Gelderland beter beleefbaar wordt voor toeristen;
- Bevorder spreiding van toerisme door middel van het etaleren van de identiteit van Gelderland;
- Geef inhoud aan Gelderse bestemmingen zodat toeristen hier niet alleen plezier hebben, maar ook waarde hechten aan de educatieve en intrigerende verhalen.

De provincie richt zich hierbij op 3 Gelderse verhaallijnen: Kastelen en Buitenplaatsen, Romeinen en Hanzesteden. Binnen de verhaallijn van Kastelen wordt ook het thema Koninklijk opgenomen. De eerste 2 verhaallijnen sluiten aan bij de cultuurhistorie van Wijchen.



Regionaal perspectief: Bestemming in balans. Toeristisch toekomstperspectief regio Arnhem-Nijmegen

De gemeenten in de regio Arnhem-Nijmegen hebben samen met Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (TVAN) het perspectief van de NBTC doorvertaald voor de regio Arnhem-Nijmegen. Hierin komen 4 opgaven voor het toerisme naar voren:

1. Vergroten van de leefbaarheid
2. Versterken van de economie
3. Creëren en behouden van werkgelegenheid
4. Duurzame groei

Deze uitdagingen zijn verwerkt in een agenda voor de regio. Belangrijk hierbij is dat er een goede match ontstaat tussen vraag en aanbod. Soms betekent dat er aanbod ontwikkeld moet worden (bestemmingsontwikkeling). Soms is het aanbod er wel maar weten toeristen het niet te vinden, zodat behoefte is aan bestemmingspromotie.

Tot slot is het van belang dat bezoekersstromen worden gestuurd, van overvolle locaties naar plekken waar nog ruimte is. Bestemmingsmanagement wordt steeds belangrijker naarmate de drukte toeneemt en de leefbaarheid daardoor onder druk komt. In het regionaal perspectief worden acties voorgesteld op deze 3 punten. Dit leidt uiteindelijk tot een uitvoeringsagenda voor de regio Arnhem – Nijmegen.



Toeristische herpositionering Rijk van Nijmegen

De doelstelling van de regio Rijk van Nijmegen is het vergroten van het verblijfstoerisme. Door kwalitatief goed, divers en uitgekiend aanbod - gericht op langer verblijf in het Rijk van Nijmegen - kan bezoek uit heel Nederland en de buurlanden aangetrokken worden.

Van belang is tijdens meerdaags verblijf dat shoppen, evenementen, attractiebezoek en buitenrecreatie slim worden gecombineerd met overnachten. We moeten de consument prikkelen te komen, te blijven en te spenderen. Daarvoor is onderling samenwerken (aanbod, service, marketing, after sales) een must.

In de herpositionering zijn speerpunten benoemd. Voor onze nota zijn de volgende daarbij van belang:

Cultuur en cultuurhistorie.

- *De rijke geschiedenis van het Rijk van Nijmegen* waarbij gekozen wordt voor sterke accenten op de Romeinse tijd, de middeleeuwen en WO II.
- *Museumregio*: het Rijk van Nijmegen beschikt over een aantal bijzondere middelgrote musea. Door kwaliteitsimpulsen, regelmatig bijzondere exposities en een gezamenlijke marketing – ook samen met andere cultuurinstellingen, events - kunnen de musea samen een nationaal publiek trekken. Samenwerking met ondernemers in het Rijk van Nijmegen (maar ook aangrenzende regio's als het Land van Maas en Waal (attractie 'Tuinen van Appeltern'), Noord-Brabant en de regio Arnhem) is van belang.
- *Nijmegen, Cultuurstad van de regio*: de grootste culturele en historische voorzieningen bevinden zich in de binnenstad. Er kan

een grote wisselwerking ontstaan met culturele voorzieningen en toeristische ondernemers in de regio. De grote evenementen kunnen ook gekoppeld worden aan een short break in de regio.

- *Regio, brug naar Nijmegen en andersom*: Nijmegen is publicitair en qua publieksinformatie vaak het referentiepunt bij grootschalige culturele events in de regiogemeenten (zoals 'Down The Rabbit Hole' in Beuningen, de Strong Viking Run en Emporium Festival op Berendonck, en kunstevents). Stad en regio kunnen van elkaar profiteren.

Well-being regio. Voor het Rijk van Nijmegen kan het speerpunt well being op 3 manieren worden ingevuld (inclusief dwarsverbanden hiertussen):

- *Relaxen en ontspannen op niveau* met accent op wellness en golf, activiteiten waar de regio vanuit haar kwaliteiten (rivierenlandschap, heuvels en bossen) goed op kan inspelen. Belangrijke opgave hier is om gezamenlijk de regio op dit gebied meer op de kaart te zetten als shortbreakbestemming. Onderscheidend zou hier kunnen zijn de sterke link met de omgeving (zowel richting stad Nijmegen als landschap in regiogemeenten).
- *Enjoy the good life met accent op luxe verblijf* (bestaande en nieuwe 4-sterrenhotels), culinaire aanbod, streekproducten, bijzonder shopping aanbod en passende evenementen op muzikaal, culinair en cultureel gebied. Afhankelijk van motieven en drijfveren kan ook de link gelegd worden met het vorige of het volgende punt.
- *Shopping maakt deel uit van de visitor journey*. Persoonlijke aandacht, en nét dat even extra bieden zijn kernwoorden van de houding die het Rijk van Nijmegen voorstaat.

Actief bezig in de natuur.

Met mogelijkheden voor wandelen, fietsen, hardlopen, wielrennen en mountainbiken. Om ons te onderscheiden van de concurrentie is het mooie landschap en de goede route wandelinfrastructuur een belangrijke randvoorwaarde, maar nog onvoldoende aanwezig. Het Rijk van Nijmegen wandelnetwerk moet regiodekkend gemaakt worden komende jaren en voorzien van tal van voorzieningen om kwaliteit en duurzaamheid te borgen (bijvoorbeeld ontwikkeling TOP's, accu-oplaadplekken op plekken langs route gekoppeld aan ondernemers et cetera). Service als bagagevervoer en catering op de camping dragen bij aan de aantrekkingskracht van de regio. Het is verder heel belangrijk voor de fiets- en wandelroutes om de link te zoeken met spannende verhalen uit historie en/of thematisering van routes. Hierbij dient aansluiting gezocht te worden bij ondernemers - in de vorm van arrangementen - om het verblijfstoerisme te prikkelen. Ook een netwerk van bijzondere, kleinschalige logies langs de route met eigen (historisch) karakter kan hieraan sterk bijdragen. Koppel routes ook aan watertoerisme: verleid de waterrecreant de regio in te gaan.

Lokaal perspectief: economische visie.

Vanuit de economische visie stellen we dat in 2030 Wijchen een krachtige gemeente in balans is, waar door samenwerking en innovatief, duurzaam ondernemerschap een bijdrage wordt geleverd aan het prettig werken, wonen, recreëren voor Wijchenaar en bezoeker. Toerisme levert daarin een belangrijke bijdrage.

Op het moment dat deze visie wordt opgesteld wordt de politieke discussie gevoerd rondom de mogelijke gemeentelijke fusie met buurgemeente Druten. Uitgangspunt van deze toeristische visie is dat de authenticiteit en het toeristische product en ambitie, ook bij een fusie, overeind blijft staan. Daar waar mogelijk zal worden gezocht naar koppelkansen en zoals aangegeven is er ruimte voor flexibiliteit binnen de visie.



1.3 Onze aanpak



*Deze visie is samen
met de toeristische
sector tot stand
gekomen*

Bij de totstandkoming van deze visie spraken we met een vertegenwoordiging van de toeristische sector. Hiervoor organiseerden we in 2019 en in 2020 gesprekstafels toerisme & recreatie. Aan deze gesprekstafel namen ondernemers, bewoners en belangenorganisaties deel. Tijdens de gesprekstafel stelden we een SWOT-analyse op. Deze SWOT-analyse en het daaruit volgende actieplan zijn een belangrijk deel van de toeristische visie. Bij het schrijven van deze visie en het uitvoeringsprogramma zijn de deelnemers aan de gesprekstafel betrokken als klankbordgroep.



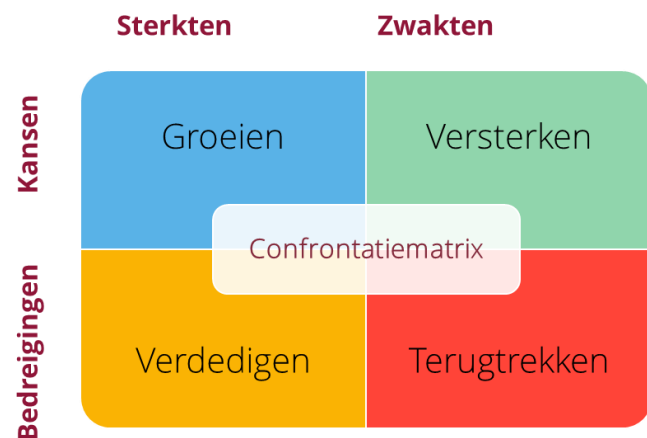
02

Kansen en opgaven voor Wijchen

2.1 Inleiding

De analyses¹ die zijn opgenomen in Versie B van deze visie zijn gecombineerd met inzichten uit de schouw, interne sessie met de gemeente en de participatie van de sector. Hieruit volgt de SWOT-analyse op de volgende pagina. De sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen voor de toeristische sector van Wijchen zijn in één beeld samengevat.

Na het maken van een SWOT-analyse is het vervolgens interessant om de sterkten en zwakten te confronteren met de kansen en bedreigingen. Deze zogenaamde confrontatiematrix geeft inzicht in de centrale kansen en opgaven: waar kan Wijchen groeien, wat kan Wijchen versterken en waar moet Wijchen zich juist verdedigen of zelfs terugtrekken? De centrale kansen en opgaven vormen tevens het beginpunt van hoofdstuk 3: Visie en ambitie Wijchen 2030.



¹ Bestaande uit: Toeristische sector in beeld (H1), de doelgroepen (H2) en trends en ontwikkelingen (H3).



Sterkte

- Goede bereikbaarheid (met de auto: A50, A73, A326. Dorp Wijchen met de trein). En gunstig gelegen. (in regio Arnhem-Nijmegen tussen Randstad en Ruhrgebied).
- Ondernemers binnen de sectoren zijn goed georganiseerd. "Ons kent ons".
- Aantrekkelijk centrum door divers winkelaanbod, theater, veel horeca en evenementen, voldoende en gratis parkeren.
- Wijchen heeft veel cultuurhistorie.
- Wijchen heeft een afwisselend natuurlandschap (Maas, bos, vennengebied, agrarisch landschap) met een goede wandel en fietsinfrastructuur.
- Thermen Berendonck.
- Dorps karakter.
- Onderscheidend evenementenaanbod.

Zwakke

- De organisatie bij de ondernemers kan beter: onvoldoende kennis en gebruik van elkaars aanbod; onvoldoende kennis over duurzaam ondernemen; onvoldoende kennis van de buitenlandse gast (m.n. Duitse gast).
- "Citymarketing"/promotie van Wijchen kan beter. Online/offline onzichtbaarheid /onvindbaarheid. VVV formule is sleets. Aanbodoverzicht ontbreekt.
- Wijchen heeft geen grote publiekstrekker / attractie voor de doelgroep experience leisure.
- Er zijn onvoldoende bedden in aansluiting op het dagrecreatieve aanbod, de variatie in aanbod is beperkt; het vakantiepark is niet vitaal ingericht.
- Geen onderscheidend horeca aanbod in het centrum; weinig aanbod in het buitengebied.
- Veel cultuurhistorie is niet meer zichtbaar (Romeinen, Merovingers).

SWOT

Kans

- Klimaatverandering (warmere en drogere zomers) meer zonzakantie in eigen land; "Riviera aan de Maas".
- Toenemende behoefte aan duurzaamheid; ecodiensten en ecoproducten.
- Toenemende behoefte aan beleving, zingeving en authenticiteit.
- Technologische ontwikkelingen voor virtual reality en augmented reality.
- Toename inkomend toerisme. Waaronder meer Duitse bezoekers naar Thermen Berendonck en regio Arnhem-Nijmegen.
- Toenemende behoefte aan kortdurende vakanties (short breaks).
- Toenemende populariteit vakantiehuisjes mede vanwege COVID-19.
- Vergrijzing.
- R&T als (neven)activiteit voor agrarische bedrijven, culturele voorzieningen/erfgoed.

Bedreiging

- Gevolgen voor de sector op langere termijn door de coronacrisis en economische recessie.
- Duurzaamheid moet. Maatregelen voor CO₂- en stikstof-reductie kosten ondernemers geld.
- Klimaatadaptatie: zonneparken, windmolens in het landschap; hittestress (evenement met 40 graden...).
- Toenemende binnenlandse concurrentie o.a. van evenementen.
- Woningnood en toename woningbouwopgave leggen druk op het open landschap en op recreatiewoningen.
- Arbeidsmigranten verdringen recreanten in verblijfsaccommodaties.
- Online zoek- en boekgedrag van de bezoeker.

2.3 Confrontatiematrix

Kansen

Bedreigingen

Sterkten

Groeien

- Inspelen op de groeimarkt voor short breaks en duurzaamheid. Dit vraagt om verbreding en kwaliteitsimpuls van het verblijfsaanbod en een jaarrond aanbod.
- Inspelen op de toenemende behoefte aan experience leisure, duurzaamheid en authenticiteit. Dit vraagt om kwaliteitsimpuls van het dagrecreatieve aanbod slow leisure en verbreding en uitbreiding van het experience aanbod (zoals kernkwaliteiten Berendonck en watergebonden recreatie (aan de Maas).
- Onderlinge samenwerking met ondernemers tussen sectoren
- Regionale samenwerking verder aanhalen (regio Arnhem-Nijmegen én Noord-Oost Brabant).

Zwakten

Versterken

- Het toeristisch imago versterken door de beleefbaarheid van de landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten.
- De vitaliteit van bestaande verblijfsaccommodaties versterken en het aantal bedden voor toeristische overnachtingen uitbreiden.
- Bestemmingspromotie versterken en regionale verbindingen maken op gebied van gedeelde verhalen/thema's.
- Verblijfsrecreatie en dagrecreatie meer aan elkaar verbinden. Zoals de dagbezoekers van Thermen Berendonck.
- Versterken van het toeristisch ondernemerschap.

Confrontatiematrix

Verdedigen

- De evenementen die Wijchen op de kaart zetten toekomstbestendig houden.
- De ruimtelijke kernkwaliteiten waarborgen (dorpse karakter en landschappelijke uitstraling).
- Zorg dat het toeristisch aanbod energieneutraal is door slim te investeren in energiebesparing en in eigen energieopwekking.
- Zorg dat het toeristisch aanbod aanpast aan klimaatverandering. Zorg voor meer koeling in de accommodatie, recycling van water en meer groen en schaduw.
- De goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.

Terugtrekken

- Niet van toepassing

03

Visie en ambitie
Wijchen 2030

3.1 Inleiding

*De voorgaande analyses
en hoofdstukken
vormen de opmaat
voor de visie op
toerisme in
Wijchen*



't koffiepuntje

Het voorgaande hoofdstuk vat - samen met de analysehoofdstukken in Deel B - de recreatief-toeristische sector in Wijchen samen. Dit vormt de opmaat voor een visie op toerisme in Wijchen. Allereerst geven we in paragraaf 3.2 weer welke elementen een recreatief-toeristische ervaring vormen. Hiervoor gebruiken we het zogenaamde samengesteld toeristisch product. We gaan in op onze huidige positionering (3.3) en de gewenste positionering (3.4), waarna de ambitie van Wijchen wordt beschreven in 3.5, inclusief ons profiel. Tenslotte gaan we in op de opgaven waar wij de komende jaren voor komen te staan in de ontwikkeling van de sector (volgend uit de SWOT analyse en de confrontatiematrix) en welke actielijnen nodig zijn om het toekomstbeeld te bewerkstelligen (3.6).

3.2 Samengesteld toeristisch product

De toerist wordt aangetrokken door de totaalbeleving van omgeving, dagrecreatief aanbod, verblijfsaanbod en organisatie. De kwaliteit van het toeristisch product wordt bepaald door deze 4 factoren en de samenhang hiertussen. Deze indeling is ontleend aan ZKA Leisure Consultants².

- **Omgeving:** Het landschap, de natuur, stad en dorpen, architectuur, erfgoed, cultuur et cetera. Dit is doorgaans de reden dat men een bestemming bezoekt.
- **Dagrecreatief aanbod:** Routegebonden recreatie, musea, attracties, outdoor-games, sportief, golf, bezoekerscentra et cetera.
- **Verblijfsaanbod:** Bed & Breakfasts, hotels, vakantieparken, campings, groepsaccommodaties.
- **Organisatie:** De gastvrije dienstverlening van de bestemming. Denk aan toeristische informatiepunten, marketing, infrastructuur, (knooppunten)routes en infrastructuur, het horeca-, retail- en evenementenaanbod.

De bovengenoemde onderdelen zijn idealiter goed en compleet. In vitale en sterke toeristische bestemmingen vormen deze onderdelen een eenheid: Ze zijn goed op elkaar afgestemd en ondersteunen en versterken elkaar.



3.3 Huidige positionering

Onze huidige positionering

Voor de gemeente Wijchen zijn het landschap en de cultuurhistorie zeer belangrijke en sterke (omgevings)kwaliteiten. Het landschap en de cultuurhistorie, in relatie tot de regio Rijk van Nijmegen en het Land van Maas en Waal, vormen in belangrijke mate het toeristisch-recreatief product van de gemeente. Het rivierenlandschap tussen de Maas en de Waal met zijn open, agrarische, komgebieden en de besloten rivierduin, is een kernkwaliteit. Het Vennengebied en de verderop gelegen stuwwal zijn regionale kernkwaliteiten. De cultuurhistorie is gevormd onder invloed van dit landschap, waarbij de invloed van het water essentieel is geweest voor de bewoningsgeschiedenis. De geschiedenis van de grafheuvels in het Vennengebied, het wagengraf, de Romeinen, de Middeleeuwen (denk aan de Merovingers, kastelen en kerken, Emilia van Nassau) en de strijd tegen het water zijn onze cultuurhistorische kernkwaliteiten. Het rivierenlandschap en het erfgoed waarop dit landschap een belangrijke invloed heeft gehad, maakt het toeristisch-recreatief product van de gemeente Wijchen onderscheidend.

De ligging van Wijchen in de regio Arnhem-Nijmegen, de goede bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer (treinstation Wijchen) en voldoende gratis parkeren zijn tevens sterke kwaliteiten voor bezoek en verblijf. Het verzorgingsgebied voor verblijfstoerisme reikt verder dan de eigen gemeente. In de nabijheid van twee steden en in een afwisselend ommeland. In de stadsregio waarin Wijchen gekenmerkt en beleefd wordt als een dorp en het gemoedelijke, 'bourgondische' karakter. Te typeren als "Brabants in het Gelderse".

We hebben een aantrekkelijk centrum. We hebben met recreatiegebied Berendonck een aantrekkelijk plek voor avontuur en vermaak als ook voor ontspanning en wellness.

Een belangrijke doelgroep zijn de recreanten uit de regio. Dat wordt nog eens versterkt door de coronacrisis en de "anderhalvemetersamenleving". Zij komen naar Wijchen om te fietsen en te wandelen, of ze bezoeken het recreatiegebied Berendonck. Zij komen af op de evenementen in het centrum en Berendonck.

Daarnaast zijn de toeristen die komen voor een short break vakantie die het verblijf combineren met een bezoek aan Nijmegen, een belangrijke doelgroep. En toeristen die komen voor rust en natuur en die verblijven op de (mini)campings. Tot slot zijn de actieve dagbezoekers van recreatiegebied Berendonck, en bovenal de toeristische dagbezoekers (waaronder in toenemende mate de Duitse gasten) van Thermen Berendonck een belangrijke doelgroep voor ons toeristisch samengesteld product. Als gevolg van de coronacrisis neemt de focus op de doelgroep van het inkomend toerisme uit de ons omringende landen verder in belang toe.

We zien voor ons de volgende kernopgaven om het toeristisch samengesteld product verder te ontwikkelen:

- We zien een kans in de groei van het inkomend toerisme tot 2030 en de behoefte om nationaal en regionaal te komen tot een juiste balans in het

toeristisch bezoek, door in te spelen op de groeimarkt voor short breaks. Dit vraagt om verbreding en kwaliteitsimpuls van het verblijfsaanbod en een jaarrond aanbod.

- We kunnen inspelen op de toenemende behoefte aan experience leisure, duurzaamheid en authenticiteit. Dit vraagt om kwaliteitsimpuls van het dagrecreatieve aanbod slow leisure en verbreding en uitbreiding van het experience aanbod zoals binnen onze kernkwaliteiten Berendonck en watergebonden recreatie (aan de Maas).
- De onderlinge samenwerking met ondernemers, en regionale samenwerking kunnen we hierbij verder aanhalen (regio Arnhem-Nijmegen én Noord-Oost Brabant) aangezien de regionale bezoeker de belangrijkste doelgroep voor ons is.
- We moeten ons toeristisch imago versterken door de beleefbaarheid van de landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten te versterken.
- We moeten de vitaliteit van bestaande verblijfsaccommodaties versterken. Hierbij levert verblijfsaanbod waarbij de gast autonoom en veilig in de “anderhalvemetersamenleving” kan verblijven, een belangrijke bijdrage. Vakantiehuizen worden populairder. Hier valt voor recreatiepark Wighenerhorst winst te behalen.
- We moeten de bestemmingspromotie, “dorpsmarketing”, versterken en regionale verbindingen maken op gebied van gedeelde verhalen/thema’s.
- We moeten verblijfsrecreatie en dagrecreatie meer aan elkaar verbinden. We zien hierbij in het bijzonder een belangrijke kans om de grote groep dagtoeristen van Thermen Berendonck langer “vast te houden” in onze gemeente.
- We moeten het toeristisch ondernemerschap versterken.

We staan hierbij voor een aantal uitdagingen. Ten eerste dat we de evenementen die Wijchen op de kaart zetten toekomstbestendig houden. Deze evenementen hebben het zwaar te verduren door de coronacrisis. We hopen dat zij na de crisis weer georganiseerd kunnen worden. Ten tweede dat we de goede bereikbaarheid en voldoende gratis parkeergelegenheid behouden. Tot slot is onze uitdaging ook dat we de ruimtelijke kernkwaliteiten waarborgen (dorpse karakter en landschappelijke uitstraling) en dat we in onze aanpak meteen de gelegenheid aangrijpen om toe te werken naar een toeristisch aanbod dat energieneutraal is en aangepast aan klimaatverandering.



3.4 Gewenste positionering

Doelgroepen

De belangrijkste doelgroep zijn de recreanten die uit de regio komen in het gebied tussen Den Bosch en Nijmegen. Zeker de komende jaren vanwege COVID-19 zijn onze regionale bezoekers de voornaamste doelgroep. Zij komen voor de beleving van het onderscheidende rivierenlandschap, en bezoeken het aantrekkelijke centrum van Wijchen voor winkelen, horeca en evenementen. Ook komen zij voor avontuurlijk en sportief vertier op Berendonck.

Daarnaast is de gemeente Wijchen een aantrekkelijke verblijfsbestemming voor de rustzoeker en de cultuurhistorisch minnende bezoeker die gesteld is op luxe en comfort. Met ons dorpse en gemoedelijke imago richten we ons tevens op gezinnen en stellen die in groepsverband komen overnachten op vakantiepark en –huisjes of groepsaccommodaties.

Drie focusgebieden: Centrum Wijchen – Berendonck – natuurlijk cultuurhistorisch buitengebied

Onze bezoekers komen naar Wijchen voor de beleving van het aantrekkelijke rivierenlandschap en van de cultuurhistorische kwaliteiten in het buitengebied en de kleine kernen (zoals over de geschiedenis van de Romeinen, middeleeuwen en de strijd tegen het water). Het centrum van

Wijchen fungeert als startpunt en/of als eindpunt van het bezoek. Hier kunnen zij verpozen en genieten van het horeca- en winkelaanbod en van de evenementen. De verbinding wordt versterkt tussen Berendonck enerzijds en het centrum en buitengebied anderzijds. Waarbij we de bezoekers van de Thermen, die we typeren als rustzoeker, langer willen laten verblijven om vervolgens de landschappelijke en cultuurhistorische beleving in Wijchen te ontdekken.

De ondernemende en creatieve bezoeker gaat naar recreatiegebied Berendonck voor (sportief) vermaak. Daarbij kunnen zij de actieve beleving meerdaags verlengen door te overnachten in de verblijfsaccommodaties in de omgeving, bijvoorbeeld in de groepsaccommodatie of de camping en voor vertier het centrum te bezoeken.

Wij borgen ons dorpse karakter en landschappelijke en cultuurhistorische uitstraling, maar geven ook ruimte aan een sportieve en dynamische beleving door evenementen en waterrecreatie.



Centrum Wijchen



Berendonck



Buitengebied

Figuur: focusgebieden toeristisch-recreatief Wijchen

Toerisme geen doel op zich, maar een middel

Bij alles wat we doen, zullen we de gelegenheid te baat nemen om hierin tevens onze duurzaamheidsambitie te verwezenlijken. We beschouwen toerisme als middel dat bijdraagt aan de volgende beleidsdoelen:

Vergroten van de leefbaarheid

Conform het landelijk en regionaal uitgangspunt, hoort toerisme meer te zijn dan een doel op zich. Het gaat er niet om meer toeristen binnen te halen als doel op zich. Het toeristisch bezoek geeft een belangrijke sociaal-economische impuls aan de leefbaarheid van onze gemeente. Het zet aan tot behoud van en investeringen in de recreatieve infrastructuur, natuurlijke waarden, in het culturele en cultuurhistorisch aanbod, evenementen, een gevarieerd winkelaanbod en algemene voorzieningen die ook bewoners ten goede komen. Zo kunnen onze inwoners profiteren van een sterke toeristisch-recreatieve sector. De uitgaven van toeristen zorgen ervoor dat sommige voorzieningen, zoals een supermarkt in de kleine kernen, blijven bestaan. De aantrekkelijkheid voor bezoek kan voor anderen een inspiratiebron zijn om hier te gaan wonen en werken en op die manier bij te dragen aan de lokale vitaliteit.

Versterken van de economie

Van toeristische overbelasting is in Wijchen nog geen sprake. We blijven achter op het vlak van verblijfstoerisme vergeleken met de regio. Wijchen heeft de ruimte om te profiteren van de kansen en de economische impuls die de landelijk voorspelde groei van het toerisme biedt. Als er meer toeristen komen die hier langer verblijven, zullen de toeristische bestedingen toenemen. Hierdoor stijgen de inkomsten voor de ondernemers in de vrije tijdseconomie. Maar ook de toeleveranciers zullen profiteren van een groei.

We streven niet alleen naar een stijging van de bestedingen die ten goede komen aan de vrijetijdssector. We streven ook naar hogere inkomsten uit de toeristenbelasting voor onze gemeente door een stijging van het aantal toeristische overnachtingen. De inkomsten uit de toeristenbelasting kunnen we vervolgens aanwenden voor investeringen en instandhouding van het aanbod in toerisme, recreatie en cultuur(historie).

Creëren en behouden van werkgelegenheid

Met een aandeel van 6,2% van de totale werkgelegenheid in Wijchen in 2018 leveren toerisme en recreatie een belangrijke bijdrage voor het creëren en behouden van werkgelegenheid. In absolute zin gaat het om 1.070 banen. De toeristische sector biedt ook werkgelegenheid voor de lager opgeleiden op de arbeidsmarkt.

Groei in duurzaamheid

Wijchen wil energieneutraal zijn. De toeristische sector kan hieraan een bijdrage leveren. Andere vormen van vervoer en het verduurzamen van het toeristische aanbod zijn mogelijke oplossingen die helpen om Wijchen energieneutraal te maken. Voor nieuwe ontwikkelingen zal duurzaamheid een vanzelfsprekendheid moeten zijn. Bestaande toeristische ondernemers zullen we meer moeten helpen in het bereiken van de duurzaamheidsambitie. Zeker op korte termijn werken de coronacrisis en de economische recessie belemmerend voor ondernemers. Ondersteuning is daarom wenselijk. Bij de acties die we nemen om het toeristisch samengesteld product te optimaliseren, letten we erop dat ze bijdragen aan onze ambitie om energieneutraal te zijn.

3.5 Onze toeristische ambities

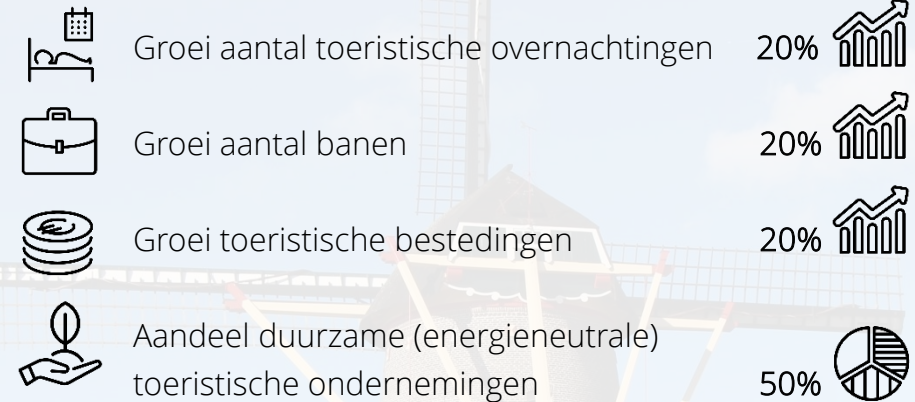
Ambitie toeristisch-recreatief Wijchen 2030

Toerisme levert een bijdrage aan onze ambitie voor een krachtige gemeente in balans, waar door samenwerking en innovatief, duurzaam ondernemerschap een bijdrage wordt geleverd aan het prettig werken, wonen, recreëren voor de Wijchenaar en de bezoeker.

We zijn trots op onze gemeente en we dragen de kernwaarde uit dat de gemeente Wijchen “als een gemoedelijk dorp is aan de Maas waarvan de Romeinen en de Middeleeuwen al wisten dat het hier goed toeven is.” Een pleisterplaats om tot rust te komen, te genieten van het rivierenlandschap en de cultuurhistorie te beleven. Maar ook een gemeente die sportief, duurzaam en dynamisch is. De bezoekers uit de regio zijn voor ons een belangrijke doelgroep. Daarnaast zetten we in op de recreanten die komen voor de rust, natuur, wellness en cultuurhistorie. En we zetten in op de ondernemende recreant die komt voor de sportieve beleving en de onderscheidende evenementen in het centrum en Berendonck. Daarbij koppelen we dagrecreatie aan een langer verblijf.

We zetten in op het vergroten van het aandeel toerisme in Wijchen waarbij we hogere uitgaven per bezoeker wensen te generen naast het bereiken van maximale bezoekersaantallen. We streven naar een stijging van de toeristische bestedingen en een stijging van het aantal toeristische overnachtingen en daardoor de werkgelegenheid. De groei die we realiseren moet duurzaam zijn. Toerisme draagt zodoende bij aan: het vergroten van de leefbaarheid, versterken van de economie, creëren en behouden van werkgelegenheid, en groei in duurzaamheid.

Ambities 2030





*Drie actielijnen
waarlangs we onze
ambities
verwezenlijken*

3.6 Hoe gaan we deze ambitie verwezenlijken?

Om onze ambitie waar te kunnen maken, vergroten we de kwaliteit en de samenhang van het toeristisch samengesteld product. We hebben drie actielijnen waarlangs we onze ambitie verwezenlijken.

- 1 **Verblijfsaanbod:** Zorgen voor voldoende, divers en aantrekkelijk aanbod verblijfsrecreatie.
- 2 **Dagrecreatief aanbod:** Vergroten van het aanbod experience leisure en verbinden met slow leisure.
- 3 **Organisatie en omgeving:** Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Op de volgende pagina's staan de actielijnen verder uitgelegd en uitgewerkt. Voor iedere actielijn gelden een aantal specifieke doelen welke worden toegelicht. Er wordt tevens aangegeven hoe we de doelstelling willen bereiken. Deze acties komen in het uitvoeringsprogramma (H4) terug.

1 Actielijn 1: Verblijfsaanbod

Zorgen voor voldoende, divers en aantrekkelijk aanbod verblijfsrecreatie

Doelstelling 1: Divers aanbod verblijf

Doelstelling 2: Meer bedden

Doelstelling 3: Meer verbinding, koppelen met dagrecreatie

Om een groei in het aantal toeristische overnachtingen te kunnen realiseren, hebben we voldoende bedden nodig, in accommodaties die aansluiten bij de veranderende vraag van onze toeristische doelgroep. Toeristisch verblijf levert daarbij meer bestedingen per dag op dan dagrecreatie.

Doelstelling 1: Divers aanbod verblijf

We hebben voornamelijk kleinschalige verblijfsaccommodaties. Ons enige recreatiepark met vakantiehuisjes wordt amper recreatief gebruikt. Een deel van het aanbod bestaat uit seizoensgebonden (mini)campings. Hier worden nu nog de meeste overnachtingen geregistreerd in onze gemeente. Kansen liggen er voor recreatief verblijf gericht op jaarrond exploitatie, die de gasten autonoom en veilig binnen de anderhalvemetersamenleving kunnen bezoeken, accommodaties die luxe en comfort uitstralen, en bijzondere overnachtingsmogelijkheden die inspelen op de behoefte aan beleving en ervaring alsmede duurzaamheid.

- We zorgen voor een divers aanbod van verblijfsrecreatie. We gaan aan de slag met een recreatieve visie voor Wighenerhorst. Wij onderzoeken hoe het park recreatief vitaal gemaakt kan worden. We vinden een recreatief vitaal park een versterking van ons toeristisch samengesteld product.

Doelstelling 2: Meer bedden

In de wetenschap dat het inkomend toerisme stijgt richting 2030, kunnen we meer bedden voor toeristisch verblijf gebruiken. Ook om de toeristische overdruk uit andere bestemmingen op te vangen, zijn meer bedden nodig. Hierbij is het wel van belang dat uitbreiding complementair is aan het bestaande aanbod. We willen niet meer van hetzelfde. Hierbij spelen we in op de behoefte van de doelgroep (short breaks, duurzaamheid, vergrijzing, slow leisure in combinatie met experience leisure). We zien kansen om meer overnachtingen in Wijchen te realiseren door uitbreiding van het aantal bedden.

1 Actielijn 1: Verblijfsaanbod

Zorgen voor voldoende, divers en aantrekkelijk aanbod verblijfsrecreatie

Doelstelling 1: Divers aanbod verblijf

Doelstelling 2: Meer bedden

Doelstelling 3: Meer verbinding, koppelen met dagrecreatie

- We zoeken naar mogelijkheden voor uitbreiding van het verblijfsaanbod waarbij het aanbod complementair en verbonden is aan het dagrecreatief aanbod. Hierbij is het marktinitiatief leidend en wordt dit beoordeeld op haalbaarheid en wenselijkheid en tegen de ladder van duurzame verstedelijking, waarbij ook wordt gekeken naar effecten op lokale economie, versterking van het toeristisch aanbod en effecten op verschillende deelgebieden (zoals het centrum).

Een eerste mogelijkheid zien we om bijzondere logies te realiseren met cultuurhistorisch karakter in het centrum van Wijchen. Een duurzame hotelontwikkeling in het centrum, op loopafstand van het treinstation, geeft een impuls aan verblijfsrecreatie voor duurzaam toerisme.

Een tweede mogelijkheid zien we in een toevoeging van een hotel in relatie tot het wellnessresort Thermen Berendonck. Het is een specifieke doelgroep die komt voor luxe en comfort en die we nu onvoldoende aan Wijchen weten te binden. Hierbij is van belang dat het hotel inspeelt op de behoefte van de bezoeker van de Thermen en daardoor complementair is aan het bestaande aanbod. De realisatie van een nieuw hotel biedt tevens de kans om deze duurzaam en zo circulair mogelijk te maken. De toevoeging van een hotel in het hogere segment gekoppeld aan saunabezoek zal een nieuw publiek bereiken dat bovendien verder weg woont. We verwachten dat de internationale aantrekkingskracht toeneemt. Hierdoor zullen meer toeristen de weg naar Wijchen weten te vinden, die hier anders niet zouden blijven overnachten.

- Als een bestaand (recreatie)bedrijf een camperplaats wil inrichten op eigen terrein (als nevenactiviteit), zullen we hieraan onze medewerking verlenen – met inachtneming van de ligging, situatie en de mogelijkheden die het bestemmingsplan ter plaatse biedt. Wij bieden zelf niet meer camperplaatsen aan. Dit uit oogpunt van concurrentievervalsing en omdat dit niet onze taak is.

1 Actielijn 1: Verblijfsaanbod

Zorgen voor voldoende, divers en aantrekkelijk aanbod verblijfsrecreatie

Doelstelling 1: Divers aanbod verblijf

Doelstelling 2: Meer bedden

Doelstelling 3: Meer verbinding, koppelen met dagrecreatie

Doelstelling 3: Meer verbinding, koppelen met dagrecreatie

We willen het dagrecreatief aanbod en het verblijfsaanbod beter op elkaar laten aansluiten. Hierdoor stimuleren we dat de dagrecreatieve bezoeker langer in Wijchen verblijft. Bijzondere aandacht gaat hierbij uit naar het koppelen van de dagbezoekers van Berendonck aan langer verblijf in onze gemeente.

- De komst van meer bezoekers aan de Thermen, heeft een positief effect voor ons bestaande verblijfsrecreatief aanbod. Een deel van de bezoekers van de Thermen zal vanwege prijs of overnachtingsbehoefte kiezen voor één van de omliggende hotels, het vakantiepark of de B&B's. Het is daarom van belang dat er een goede samenwerking is tussen Thermen en de omliggende verblijfsaccommodaties in onze gemeente. Ook de bezoekers van de evenementen en outdoor activiteiten op Berendonck zijn interessant voor langer verblijf in de omgeving. Een goede samenwerking tussen deze aanbieders en de ondernemers van verblijfsrecreatie is belangrijk.
- De recreatieve ontwikkeling op recreatiegebied Groene Heuvels die Beuningen voor ogen heeft, biedt voor ons kansen. Het streven is om meer bezoekers op het recreatiegebied te trekken. Als we recreatieve verbindingen leggen met onze gemeente en in het bijzonder Bergharen, Hernen, Leur, kunnen we deze bezoekers ook verleiden Wijchen te verkennen. Dit zorgt voor een versterking van ons toeristisch samengesteld product.

Actielijn 2: Dag-recreatief aanbod

Vergroten van het aanbod experience leisure en verbinden met slow leisure.

Doelstelling 1: Versterken waterrecreatie

Doelstelling 2: Beleving toevoegen in het rivierenlandschap

Doelstelling 3: Verbouwen kasteel biedt nieuwe kansen om beleving toe te voegen en nieuwe zakelijke doelgroep aan te trekken.

Ons rivierenlandschap en de cultuurhistorie zijn een kernkwaliteit. De opgave ligt er om de landschappelijke en cultuurhistorische beleefbaarheid te versterken. Daarnaast voegen we experience leisure toe. Hierdoor creëren we een aantrekkelijker toeristisch product dat aansluit bij de veranderende behoefte van onze doelgroep en kunnen we nieuwe doelgroepen aantrekken. Gericht op meer bestedingen en het creëren en behouden van banen.

Doelstelling 1: Versterken waterrecreatie

De behoefte neemt toe aan actief, beleving en authenticiteit. Aanbod dat daarop inspeelt willen we stimuleren. Bovendien is water belangrijk voor onze klimaatadaptatie: waterberging en afkoeling tegen hitte.

- We onderzoeken de mogelijkheden om meer te doen met recreatie op en rond het water: Berendonck, de Maas bij de Loonse Waard, en het Wijchens Meer. Zo biedt de Loonse Waard mogelijk kansen om recreatie op en aan het water te versterken voor experience leisure. Het Wijchens Meer heeft ook potentie om meer beleving toe te voegen. Daarom onderzoeken we welke passende activiteiten haalbaar zijn die de historische beleving versterken.

Doelstelling 2: Beleving toevoegen in het rivierenlandschap

We hebben een aanbod slow leisure voor wandelen en fietsen. Deze vormen van recreatie zijn belangrijk voor ons toeristisch samengesteld product. Het zijn activiteiten die passen in onze duurzaamheidsambitie. Wandelen en fietsen zijn gezonde activiteiten. Ook economisch gezien kan wandel- en fietstoerisme veel opleveren. Maar een recreatieve infrastructuur alleen is niet meer voldoende om de toeristen te verleiden langer te verblijven. Er is behoefte aan beleving en authenticiteit. Ook het zichtbaar maken van de cultuurhistorie draagt bij aan de beleving van het landschap. Daarnaast is er behoefte aan (eenvoudige)

Actielijn 2: Dag-recreatief aanbod

Vergroten van het aanbod experience leisure en verbinden met slow leisure.

Doelstelling 1: Versterken waterrecreatie

Doelstelling 2: Beleving toevoegen in het rivierenlandschap

Doelstelling 3: Verbouwen kasteel biedt nieuwe kansen om beleving toe te voegen en nieuwe zakelijke doelgroep aantrekken.

horeca langs de route in het buitengebied waar men een kop koffie of lunch kan nemen. Voor de zichtbaarheid en de beleefbaarheid benadrukken we vooral de steentijd, het Romeinse verleden, Middeleeuwen (Land van de Heerlijkheden, kerken, Emilia) en de strijd tegen het water.

- We koppelen routes aan thematische verhaallijnen die passen in ons gebied. Het Romeinse verleden, de Middeleeuwen (het Land van de Heerlijkheden, kastelen, kerken en Emilia van Nassau) en de strijd tegen het water bieden aanknopingspunten om beleving toe te voegen aan slow leisure. Tevens ligt met de thematische verhaallijnen de mogelijkheid om de verbinding met de regio te versterken. Zoals de beleving van het vorstengraf in Oss te verbinden met het wagengraf van de Wezelse berg.
- We willen de inzet van het cultureel erfgoed stimuleren ter versterking van het toeristisch samengesteld product. Zo is Batenburg een prachtig historisch stadje. Maar de toeristische beleving is beperkt. Te onderzoeken is hoe we het erfgoed "attractiever" kunnen maken. Ook de toevoeging van horeca of verkoop streekproducten op karakteristieke locaties.
- Het gaat er tevens om dat het rivierenlandschap voldoende beleefbaar en het cultuurhistorische verleden zichtbaar wordt gemaakt. We komen steeds meer te weten over onze leefomgeving, via archeologische opgravingen en onderzoek. Deze resultaten zijn input voor visualisatie. Bijvoorbeeld door visualisaties in kunst, informatieborden, AR of VR zoals de app Luxe achter de Limes, of met geocaching.

Doelstelling 3: Verbouwen kasteel biedt nieuwe kansen om beleving toe te voegen en nieuwe zakelijke doelgroep aantrekken.

Kasteel Wijchen is een mooi voorbeeld van hoe beleving wordt toegevoegd. In 2020-2021 restaureren we kasteel Wijchen. Het kasteel wordt beter toegankelijk en multifunctioneel in gebruik. Het kasteel kan te

Actielijn 2: Dag-recreatief aanbod

Vergroten van het aanbod experience leisure en verbinden met slow leisure.

Doelstelling 1: Versterken waterrecreatie

Doelstelling 2: Beleving toevoegen in het rivierenlandschap

Doelstelling 3: Verbouwen kasteel biedt nieuwe kansen om beleving toe te voegen en nieuwe zakelijke doelgroep aantrekken.

gebruiken zijn voor maatschappelijke en culturele activiteiten alsmede voor de zakelijke toeristische markt. Door de renovatie van het kasteel kan het een nog prominentere rol spelen voor de bezoeker en de verbinding maken met het centrum (voor horeca en funshoppen), zeker in relatie tot de projectontwikkeling Tussen Kasteel en Wijchens Meer.

- We verkennen samen met de horeca in Wijchen de mogelijkheden van het inzetten van kasteel Wijchen voor de zakelijke markt.



Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Onderdeel van het toeristisch samengesteld product is de organisatie. De gastvrije dienstverlening van de bestemming. Denk aan toeristische informatiepunten, marketing, (knooppunten)routes en infrastructuur, het horeca-, retail- en evenementenaanbod. Hierin zien we een aantal punten ter versterking. Dit zijn randvoorwaarden die ervoor zorgen hoe ons toeristische imago wordt uitgedragen, zodat we onze doelgroepen verleiden naar Wijchen te komen en langer te laten blijven.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Wandel- en fietsroutes vormen een belangrijk onderdeel van ons toeristisch product. Deze vorm van slow leisure levert een bijdrage aan de economie. Het zijn activiteiten die goed in te passen zijn in de “anderhalvemetersamenleving”. Het wandelen en vooral het elektrisch fietsen heeft door de coronacrisis een vlucht genomen. Daarom is het verstandig om ons wandel- en fietsroutenetwerk te blijven versterken. Ook zien we mogelijkheden voor het mountainbiken. We beschouwen ruiter- en kanoroutes als een nichemarkt. We zetten hier niet actief op in.

- Dit doen we met bijvoorbeeld bewegwijzering in wandel- en fietsroutenetwerken en door toevoeging van ontbrekende schakels en toeristische overstappunten.
- De dijk tussen Batenburg en Balgoij wordt intensief gebruikt door autoverkeer, recreatieve fietsers en wandelaars. We optimaliseren de recreatieve beleving langs de Maas door het traject van het vrijliggende fietspad af te maken. Gedeeltelijk ligt er al een vrijliggend fietspad. Zo ontstaat er een vrijliggende fietsverbinding langs de Maas van Batenburg tot voorbij Balgoij. Als bijkomend voordeel is dat door scheiding van weggebruikers de verkeersveiligheid verder toeneemt.
- De realisatie van een recreatief (fiets)pad langs de Nieuwe Wetering van Nijmegen naar Appelteren biedt kansen om het routenetwerk verder te optimaliseren. In 2009 is al eens onderzoek gedaan naar de

Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

- haalbaarheid ervan (Recreatieve verbindingen Beuningen-Heumen-Nijmegen-Wijchen, juli 2009). Deze verbinding in het kommengebied is een ontbrekende schakel. Hierdoor versterken we de recreatieve verbinding vanuit Nijmegen naar het Land van Maas en Waal. Deze ontwikkeling sluit wat ons betreft ook heel goed aan bij de ambities die de gemeente Beuningen heeft met de recreatieve ontwikkeling van recreatiegebied Groene Heuvels. Dit gebied grenst aan onze gemeente en ligt nabij de Nieuwe Wetering, maar is recreatief nauwelijks ontsloten. Het biedt uitstekende kansen om de verblijfsrecreanten vanuit Groene Heuvels naar de gemeente Wijchen te laten komen. Hiervoor is de samenwerking nodig met de andere gemeenten langs de nieuwe Wetering en de medewerking van de diverse grondeigenaren.
- Aansluiting op mountainbikenetwerk in het Rijk van Nijmegen is een kans om slow leisure te verbinden met experience leisure. De Stichting MTB Routenetwerk Rijk van Nijmegen is al begonnen om de bestaande, verouderde padenstructuur te updaten. Dit netwerk zou moeten worden verknoopt met aanliggende deelregio's, waarmee een groot mountainbikeroutenetwerk ontstaat. Hierin zien we mogelijkheden voor Berendonck en de omgeving Skiberg.
- We verbeteren de online zichtbaarheid van recreatieve routes. Vervolgens kunnen we de routes koppelen aan experience leisure.
- Ook is het van belang dat er voldoende horeca aanwezig is langs het routenetwerk om te profiteren van de toeristische bestedingen. In het buitengebied en in de kernen liggen kansen. Kansen liggen er voor toeristische nevenactiviteiten van agrariërs (boerenterras), maar ook voor kleine particuliere initiatieven zoals theetuinen.

Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Om toeristen te trekken is een goede bestemmingspromotie belangrijk. Zij moeten toeristische informatie over Wijchen makkelijk online kunnen vinden.

We dragen gezamenlijk met ondernemers het toeristisch imago van Wijchen uit door dorpspromotie. Ook het gastheerschap zoals ingevuld door de VVV (onderdeel van het regionaal bureau voor toerisme) heeft hierin een belangrijke rol. Gezamenlijk in de regio promoten we Wijchen als onderdeel van het Rijk van Nijmegen en Land van Maas en Waal. Hier gaan we pragmatisch mee om. Het hangt af van de doelgroep die we willen bereiken, welk kanaal we daarvoor gebruiken. Voor een goede spreiding van het inkomend toerisme over de regio moeten we zorgen dat we de zichtbaarheid en vindbaarheid van Wijchen verbeteren. Crowdmanagement wordt nog belangrijker zolang het coronavirus onder ons is en we te maken hebben met de anderhalve meter maatregel en het vermijden van drukte.

- Op korter termijn is het noodzaak dat we een herstelcampagne voor de toeristische sector lanceren. In 2020 en 2021 zullen we de gevolgen merken van de coronacrisis. Daarom zetten we samen met de regio in op bereik van mensen in eigen land om de vakantie hier door te brengen in plaats van het buitenland. We zorgen ervoor dat onze inwoners hun eigen gemeente ontdekken. Ter bevordering van ambassadeurschap en het onder de aandacht brengen van de toeristische-recreatieve mogelijkheden in Wijchen.
- We herontwikkelen samen met de regiogemeenten en het regionaal bureau voor toerisme het gastheerschap en de positionering van het VVV concept. De VVV speelt een belangrijke rol in het gastheerschap van Wijchen. De manier waarop offline en online marketing door de VVV gebeurt, is toe aan een opfrisbeurt zodat ze weer aansluit bij de veranderde behoeften van de toeristen en recreanten.

Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

Daarnaast is het belangrijk om het merk Wijchen gezamenlijk via online marketing uit te dragen. Zo vergroten we een eenduidige en een gebundelde promotie en versterken we de online vindbaarheid. Via social media kunnen we (potentiële) bezoekers langer binden aan Wijchen.

- Voor de promotie van Wijchen gaan we samen met ondernemers het merk Wijchen laden waarna zij het kunnen uitdragen. Het kasteel Wijchen als hét icoon van de gemeente is uitstekend in te voegen voor onze dorpsmarketing. We zetten Wijchen online in de etalage. We doen dat samen met onze ondernemers en het VVV.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Vanuit toeristisch oogpunt zijn aansprekende evenementen van belang voor de marketing van Wijchen omdat die bij uitstek bijdragen aan de uitstraling die een dorp heeft. Evenementen dragen ook bij aan experience. Op het gebied van evenementen is er veel concurrentie. Wijchen heeft een aantal mooie troeven in handen om zich te onderscheiden in dit concurrerende werkveld: de bijzondere cultuurhistorie (kastelen en de Romeinen), de maakindustrie en de sportieve beleving. Evenementen die aansluiten bij ons profiel (sportief & dynamisch, cultuurhistorie en duurzaamheid) én evenementen die gericht zijn op een nationaal bereik en meerdaags verblijf willen we behouden en versterken. Deze evenementen dragen bij aan de leefbaarheid en het gevoel van identiteit en trots.

De eventensector wordt zwaar getroffen door de coronacrisis. Zodra het kan, zetten we daarom extra in op de Nijmeegse Vierdaagse, het Emporium festival, de Strong Viking Runs en het Kerstspookjesfestijn – Wijchen Schaatsst. Dit zijn onderscheidende evenementen die veel publiek trekken en die Wijchen op de kaart zetten. We proberen die te behouden.

Voor onze duurzaamheidsambitie streven we ernaar om alle evenementen zo duurzaam mogelijk te organiseren.

Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

- Naast het versterken van de genoemde bestaande evenementen stimuleren we nieuwe evenementen die bijdragen aan ons profiel én zorgen voor een langer verblijf.

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

Regionaal zijn er meerdere projecten dan wel ontwikkelingen die kansen bieden voor de ondernemers om hun kennis en expertise op diverse vlakken aan te scherpen. Breng aanbieders lokaal bij elkaar voor productontwikkeling en samenwerking.

De duurzaamheidsopgave die geldt voor alle ondernemers, is een pittige opgave voor de vrijetijdssector en daarin is ondersteuning bieden een wenselijke bijdrage. Op provinciaal, landelijk en Europees niveau is er veel aan gelegen om te verduurzamen. We willen graag met ondernemers in gesprek en onderzoeken welke mogelijkheden er op hogere bestuurlijke niveaus te halen zijn.

- Arrangementen versterken beleving. We stimuleren ondernemers om elkaar op te zoeken, bekend te raken met elkaars aanbod en verbindingen te leggen die meerwaarde creëren (arrangementen). Het heeft ook meerwaarde als er meer structurele samenwerking is tussen toeristische ondernemers en retail ondernemers.
- We noemen hier onder andere de ARA cursussen van TVAN (Ken je Duitse gast), Boert Bewust voor het verbinden van agrariërs met hun omgeving (streekproducten, recreatie bij de boer), etc.
- We bekijken in hoeverre we ondernemers in de vrijetijdssector kunnen ondersteunen in de ontwikkeling naar duurzaamheid van hun onderneming. We onderzoeken de mogelijkheden voor financiering van duurzaamheidsmaatregelen. Ook willen we ondernemers procesmatig ontzorgen. Een soort duurzaamheidsloket en/of coach waarbij we kennis delen over duurzaamheidsmaatregelen specifiek gericht op de ondernemers in deze sector.

3

Actielijn 3: Organisatie en omgeving

Zichtbaarheid en samenwerking: samen de gastvrije dienstverlening versterken.

Doelstelling 1: Optimaliseren van routes en infrastructuur

Doelstelling 2: Vergroten van de zichtbaarheid en het etaleren van het toeristisch imago van Wijchen samen in de regio.

Doelstelling 3: Evenementen versterken en toevoegen

Doelstelling 4: Versterken van het (duurzaam) ondernemerschap

- We willen zelf ook werken aan de verduurzaming van ons recreatieve aanbod. Daarom zijn we samen met de gemeente Oss en Uiterwaarde de haalbaarheid aan het onderzoeken om de pontjes bij Batenburg en Niftrik te vervangen door elektrisch aangedreven pontjes.



04

Uitvoeringsprogramma 2020-2030





Heldere actiepunten en kaders geven richting aan de uitvoering

4.1 Inleiding

De visie in hoofdstuk 3 resulteert in een uitvoeringsprogramma met actiepunten en kaders. Voor de 3 actielijnen zijn afzonderlijke actiepunten geformuleerd. Deze actiepunten hebben vaak ook invloed op de overige thema's.

In een schematische weergave hebben we per hoofdactiepunt de deelactiepunten opgesteld per thema van verblijfsrecreatie, dagrecreatie en organisatie & omgeving (marketing en samenwerking).

Op voorhand is een globale eerste inschatting gemaakt van de middelen die voor de gemeente nodig zijn om de verschillende onderdelen van dit uitvoeringsprogramma te realiseren. Het is op dit moment niet mogelijk om hierin specifieker te zijn. De exacte kosten hangen af van de concrete projecten waarmee we aan de slag gaan. Voor alle projecten geldt dat deze pas kunnen worden uitgevoerd wanneer er sprake is van voldoende draagvlak, middelen en uitvoeringskracht. Voor (bijna) alle projecten geldt dat deze uitgaven bovenop de huidige uitgaven voor toerisme komen. Op het moment dat een concreet project start, wordt een realistische(r) inschatting gemaakt van de (eenmalige dan wel structurele) kosten.

Tot slot gaan we nog in op welke termijn dit gerealiseerd kan worden en welke partijen een rol kunnen spelen bij de realisering.

1 Verblijfsaanbod | Zorgen voor voldoende, divers en aantrekkelijk aanbod verblijfsrecreatie

PROJECT	ACTIES EN KADERS	BETROKKEN PARTIJEN EN HUN ROLLEN	KOSTEN € < 10K €€ < 50K €€€ < 100K	PRIORITEIT / TERMIJN	AANSLUITING BIJ BESTAAND PROJECT
Versterken en vergroten logies aanbod	ACTIE Revitalisatie recreatiepark Wighenerhorst. Ontwikkel recreatieve visie voor een vitaal vakantiepark.	- Gemeente (kaderstellend en handhaving recreatiebestemming). - Wighenerhorst: eigenaren en beheerders.	€€	Hoog. Start onderzoek vitaal vakantiepark 2020.	
	ACTIE We beoordelen marktinitiatieven voor hotelontwikkelingen op basis van haalbaarheid, wenselijkheid en tegen de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij ook wordt gekeken naar effecten op lokale economie, versterking van het toeristisch aanbod en effecten op verschillende deelgebieden (zoals het centrum).	- Gemeente (kaderstellend en eventueel faciliteren via bestemmingsplan). - Ondernemer (initiatiefnemer).	€	Middel 2020-2030	
	KADER Camperplaatsen: uitgangspunt is dat gemeente wel strategische/kansrijke locaties signaleert, maar niet zelf camperlocaties ontwikkelt.	- Gemeente (faciliteren via bestemmingsplan); - Ondernemer (initiatiefnemer). - Nederlandse Vereniging voor Campers; Uiterwaarde (expertise locatieonderzoeken)	-	Doorlopende actie	

Dagrecreatief aanbod | Vergroten van het aanbod experience leisure en verbinden met slow leisure

PROJECT	ACTIES EN KADERS	BETROKKEN PARTIJEN EN HUN ROLLEN	KOSTEN	PRIORITEIT / TERMIJN	AANSLUITING BIJ BESTAAND PROJECT
Aantrekkelijke en beleefbare omgeving van het rivierenlandschap	ACTIE/KADER: Stimuleren/faciliteren van de inzet van cultureel/ industrieel/agrarisch erfgoed/panden voor recreatief gebruik. Onderzoek versterking toeristisch product Batenburg.	- Gemeente (stimuleren en faciliteren); - R&T-aanbieders (initiatieven en inspelen op). - Agrariërs (recreatie als nevenactiviteit) - Erfgoedverenigingen	€	Middel Doorlopend.	
	ACTIE: Thematische verhaallijnen koppelen aan fiets- en wandelroutes	- Gemeente (stimuleren en faciliteren); - R&T-aanbieders (initiatieven en inspelen op). - Agrariërs (recreatie als nevenactiviteit) - Erfgoedverenigingen - Regio voor gemeentegrens overstijgende verbindingen.	€€	Middel	- Publieksbereik Limes Nederland - Toeristische Uitvoeringsagenda provincie Gelderland.
	ACTIE: Het cultuurhistorische rivierenlandschap met zijn kernen zichtbaar en beleefbaar maken.	- Gemeente (stimuleren en faciliteren); - R&T-aanbieders (initiatieven en inspelen op) - Agrariërs (recreatie als nevenactiviteit).	€€€	Gemiddeld 2020-2030	- Publieksbereik Limes Nederland - Macht & Pracht Gelderse kastelen.
Experience en de zakelijke markt	ACTIE Onderzoek de mogelijkheid om kasteel Wijchen beter te benutten voor de zakelijke markt. Waarbij we rekening houden met onze horecaondernemers.	- Gemeente (verantwoordelijk voor de exploitatie van het kasteel). - Horeca ondernemers	€	Hoog 2020-2021	Restauratie kasteel Wijchen
Versterken dagrecreatief aanbod waterrecreatie	ACTIE Onderzoek naar de haalbaarheid om de waterrecreatie langs de Maas, de Loonse Waard en het Wijchens Meer te versterken.	- Gemeente (haalbaarheidsonderzoek, faciliteren en stimuleren) - R&T ondernemers (arrangementen ontwikkelen) - Jachthavens - Grondeigenaren, Rijkswaterstaat en agrariërs	€	Gemiddeld 2020 -2030	

Zichtbaarheid en samenwerking | Samen de gastvrije dienstverlening versterken

PROJECT	ACTIES EN KADERS	BETROKKEN PARTIJEN EN HUN ROLLEN	KOSTEN	PRIORITEIT / TERMIJN	AANSLUITING BIJ BESTAAND PROJECT
Routes en infrastructuur	Wandelroutenetwerk uitbreiden. Ook beheer en onderhoud borgen. Fietsroutenetwerk verder ontwikkelen. Op strategische plekken ontwikkeling van (kleine) clusters van voorzieningen. Laagdrempelige voorzieningen (picknickplaatsen, informatiepunten/borden) gekoppeld aan kleine attractie, bezienswaardigheid, rustpunt, Toeristisch Overstap Punt, horeca.	- Gemeente (ontwikkelen, faciliteren, financieren). - Leefbaarheidsgroepen (voor versterking en beheer) - Terreineigenaren - Routebureau A-N en Uiterwaarde (voor beheer en onderhoud) - R&T aanbieders (aanbieden van voorzieningen).	€€€	Hoge prioriteit 2020-2024	Provincie Gelderland Beleef Gelderland
	Onderzoek aansluiting mountainbike netwerk Rijk van Nijmegen	- Gemeente (faciliteren) - Leisurelands en Staatbosbeheer(terreineigenaar en ontwikkelaar) - Stichting MTB Rijk van Nijmegen. (ontwikkelaar en onderhoud) - R&T aanbieders (voor arrangementen en verhuur)	€	Gemiddeld. 2021-2030	MTB Rijk van Nijmegen.
	ACTIE: Online routeplanner voor fiets- en wandelnetwerk. Productontwikkeling (plattegronden met routes, etc.). Inclusief beheer borgen.	- Gemeente (faciliteren) - TVAN (ontwikkelen en beheren)	€€	Gemiddeld. 2021-2030	Provincie Gelderland Beleef Gelderland
	Aanleggen van een vrijliggend recreatief fietspad langs de Maasdijk.	Waterschap (als eigenaar/beheerder van de dijk), grondeigenaren.	€€€	Lage prioriteit. De uitwerking van dit actiepunt is afhankelijk van toekomstig beschikbare middelen.	
	Aanleggen van een recreatief fietspad langs de Nieuwe Wetering	- Gemeenten Wijchen, Nijmegen, Beuningen, Druten, West Maas en Waal (aanjagen, faciliteren, ontwikkelen) - Grondeigenaren. (medewerking verlenen)	€€€	Lage prioriteit. De uitwerking van dit actiepunt is afhankelijk van toekomstig beschikbare middelen.	Groene Heuvels (gemeente Beuningen).

Zichtbaarheid en samenwerking | Samen de gastvrije dienstverlening versterken

PROJECT	ACTIES EN KADERS	BETROKKEN PARTIJEN EN HUN ROLLEN	KOSTEN	PRIORITEIT / TERMIJN	AANSLUITING BIJ BESTAAND PROJECT
Wijchen op de kaart	Marketing Herstelcampagne Toerisme als gevolg van de coronacrisis. Lokale bekendheid bevorderen onder (nieuwe) inwoners.	• Provincie (faciliteren) • Gemeenten regio Arnhem-Nijmegen (faciliteren) • TVAN (uitvoeren) • R&T-aanbieders (bedenken passende vorm en leveren van content); • Gemeente en Centrummanagement (stimuleren en verspreiding).	€	Hoog 2020-2021	Wijchen op de kaart
	Versterken van het gastheerschap. Dorpsmarketing én regiomarketing: • Op regionaal niveau Arnhem-Nijmegen met TVAN als ons promotiekanaal: Bestemming Rijk van Nijmegen en sub-bestemming Land van Maas en Waal. • Samen versterken van bovenregionale bekendheid: De online vindbaarheid van Wijchen en het toeristisch samengesteld product verbeteren. • Marketingcampagnes voor de thematische verhaallijnen.	• Gemeente (faciliteren en stimuleren, opdrachtgever) • Regionale bureaus voor Toerisme (uitvoering marketing). • VVV (uitvoering) • Centrummanagement (stimuleren dorpsmarketing) • R&T-aanbieders (inspelen op lopende campagnes).	€€	Hoog en doorlopend actie 2021	• Bestemming in balans regio Arnhem-Nijmegen. • Macht & Pracht Gelderse kastelen. • Beleef Gelderland. • Restauratie kasteel Wijchen
	Branding Wijchen. Een beeldmerk en toolkit / huisstijlgids te ontwikkelen voor gezamenlijke dorpspromotie.	• Gemeente (faciliteren) • R&T-aanbieders, retail ondernemers (toepassen branding en toolkit binnen eigen onderneming). • Centrummanagement (faciliteren en stimuleren)	€	Hoog 2020	
Evenementen	Jaarronde evenementenkalender. 1. Ook te koppelen aan de beleving/verhalen die Wijchen te bieden heeft. 2. Analyseer o.b.v. bestaande kalender of er kansen zijn om (nieuwe) evenementen buiten het zomerseizoen te ontwikkelen.	• Gemeente (faciliteren) • Organisatoren van evenementen (uitvoering)	€	Doorlopende actie	Evenementenbeleid

Zichtbaarheid en samenwerking | Samen de gastvrije dienstverlening versterken

PROJECT	ACTIES EN KADERS	BETROKKEN PARTIJEN EN HUN ROLLEN	KOSTEN	PRIORITEIT / TERMIJN	AANSLUITING BIJ BESTAAND PROJECT
	Bevorderen van onderlinge bekendheid en samenwerking (arrangementen)	• TVAN (voor productontwikkeling en samenbrengen van kennis) • Toeristische ondernemers (voor deelname en behoeften) • Centrummanagement.	€	Hoog 2020-2021	Wijchen op de kaart
Versterking ondernemerschap	Kennis toeristische aanbieders en retail. ARA trainingen (o.a. over de Duitse gast) en ondersteuning digitalisering (i.c.m. economische visie)	• Gemeente (faciliteren) • TVAN (voor productontwikkeling en samenbrengen van kennis) • Toeristische ondernemers (voor deelname en behoeften) • Centrummanagement.	€€	Hoog en doorlopend actie 2021	• Bestemming in balans regio Arnhem-Nijmegen. • Macht & Pracht Gelderse kastelen. • Beleef Gelderland. • Restauratie kasteel Wijchen
	Onderzoeken mogelijkheden voor opzetten van een duurzaamheidsloket en/of coach voor de vrijetijdssector inclusief evenementen, waarin we kennis delen, ontzorgen, en mogelijk financieren van duurzaamheidsmaatregelen (al dan niet op hoger bestuurlijk niveau).	• Gemeente (faciliteren en informeren) • Ondernemers (uitvoerend) • Evenementenorganisatoren	€	Hoge prioriteit 2020	Duurzaamheidsbeleid Wijchen
	Elektrificatie voetveren	• Gemeenten Wijchen en Oss (faciliteren en opdrachtgever) • Uiterwaarde (uitvoerder)	€	Doorlopende actie	
Bestedingen in beeld	Nulmeting voorafgaand aan alle acties die in deze nota worden uitgevoerd	Gemeente	€€	Start	

05

Organisatie en financiën





Samenwerken is van groot belang om de visie te laten slagen

Organisatie

Om de uitvoeringsagenda tot uitdrukking te laten komen, is samenwerken belangrijk. Zowel interne samenwerking (tussen de gemeente en recreatief-toeristische partijen), als externe samenwerking (tussen de gemeente en regionale partijen). Voor de uitvoering van de maatregelen zullen de gemeente en recreatief-toeristische aanbieders vaak de handen ineen moeten slaan, net zoals we gedaan hebben bij de totstandkoming van deze nota door gesprekstafels te organiseren.

We willen (in combinatie met de uitvoering van de economische visie³) een structuur opzetten waarbij we de samenwerking continueren met een kopgroep bestaande uit vertegenwoordigers van de recreatief-toeristische partijen. Een stevigere verankering van de huidige Toeristische Werkgroep Wijchen in de vorm van een overlegtafel ligt hierbij voor de hand ter borging van de uitvoeringsagenda.

³ De economische visie Wijchen 2020-2030 is parallel aan de toeristische visie opgesteld. In het vaststellen van de structuur en organisatie voor de uitvoering van de agenda is nadrukkelijk overeenstemming gezocht.

Hoe gaan we de uitvoering samen realiseren?

Om tot de uitvoering van de het programma te komen kiezen we voor de uitvoeringsvorm 'actiegericht samenwerken'. Deze uitvoeringsvorm leent zich uitstekend voor het programmatisch bereiken van doelen en ambities. Overheid en bedrijfsleven trekken samen op in de uitvoering, waarbij vooraf de rollen en uitgangspunten als volgt zijn:

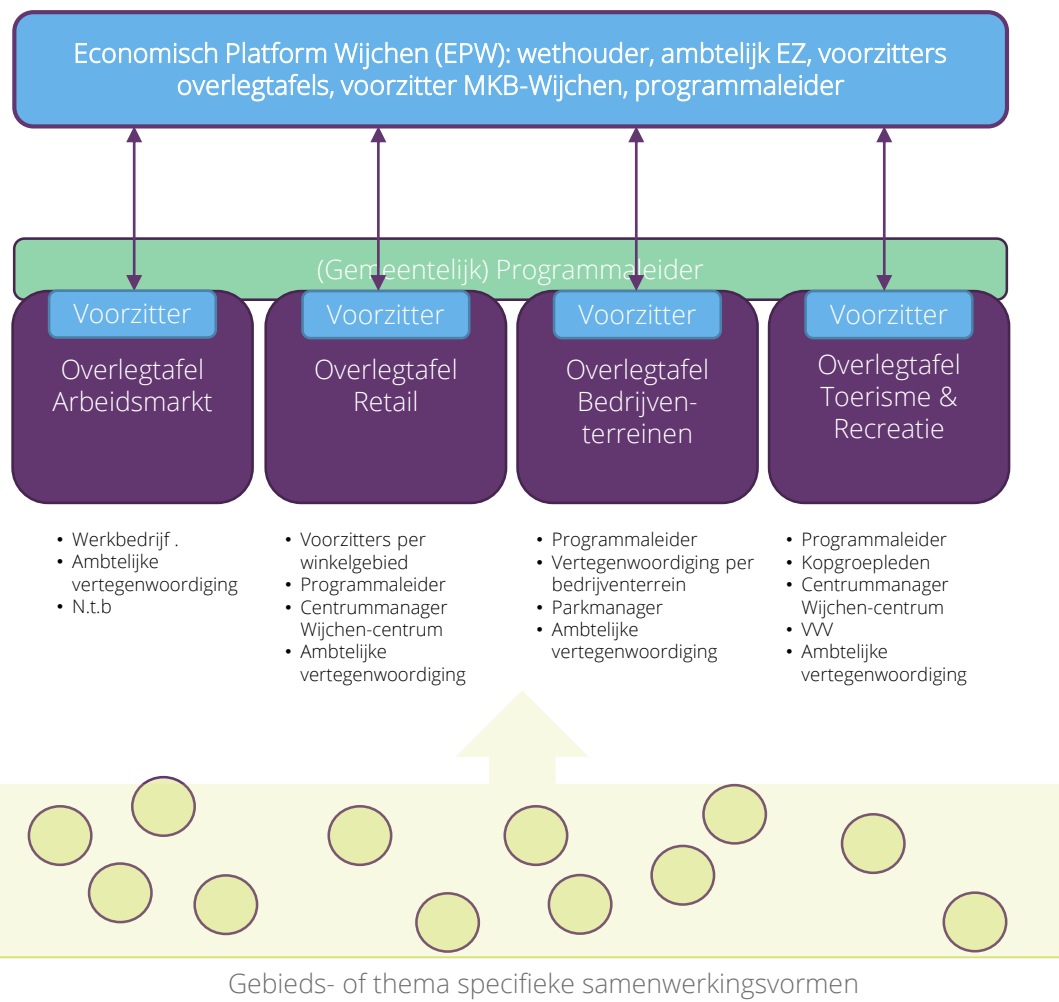
- Rol overheid: Partner die faciliteert en verbindt
- Rol bedrijfsleven: Ondernemen/investeren en samenwerken

In de praktijk zien we dat een aantal uitgangspunten cruciaal zijn om gedragen en effectief aan te slag te gaan met het actieprogramma:

- **We werken met een gemeenschappelijk kader.** Deze toeristische visie biedt dit kader en wordt door alle partijen gedragen;
- **Beoogde resultaten staan centraal.** Het programma biedt het startpunt en achterliggende doel. De overleggen zijn resultaatgericht en worden ook zo gemonitord. Hierbij is het ook belangrijk om successen te delen en te vieren;
- **Voorkom vrijblijvende samenwerking.** Deze samenwerkingsvorm vraagt commitment van verschillende partijen. Door een heldere verantwoordelijkheidsverdeling dragen alle partijen bij;
- **Zo veel mogelijk aanhaken op bestaande overlegstructuren.** Ondernemers en overheid gaven aan bij voorkeur bestaande overlegstructuren 'op te plussen'. Zo zitten partijen met andere bekenden aan tafel en worden geen onnodige overlegstructuren opgetuigd.



In de praktijk zien we dat een aantal uitgangspunten cruciaal zijn om gedragen aan de slag te gaan



Gedurende de overlegtafels is door gemeente en bedrijfsleven commitment uitgesproken om uitvoering te geven aan het actieprogramma aan de hand van de variant 'optimaliseren bestaande structuren'. Hierbij wordt ingezet op het opplussen en borgen van bestaande overlegtafels en de introductie van het Economisch Platform Wijchen (EPW) waarin de gezamenlijke verantwoordelijkheid terugkomt. Aan de linkerkant is deze samenwerkingsvorm visueel weergegeven en geldt de volgende rolverdeling:

Economisch Platform Wijchen (EPW). Bestuurlijke verantwoordelijkheid

- Aansturing en regie voortgang actieprogramma
- Agenderen actiepunten bestuurlijk (publiek en privaat), regionaal
- Mogelijkheid op termijn doorgroeien naar een aparte juridische entiteit

Gemeentelijk programmaleider. Faciliteert en verbindt overlegtafels

- Ambtelijk verantwoordelijk voortgang
- Verbindingsschakel tussen platform en overlegtafels (betreft ook tijdig bestuurlijk agenderen van thema's die gebiedsoverstijgend zijn, zoals gemeentebrede zaken op schoon, heel en veilig)
- Faciliteren overleggroepen

Overlegtafels per sector. Coördineren uitvoering

- Sturing en regie aanpak
- Monitoring uitvoering acties
- Faciliteren uitvoering

Gebieds- of themaspecifieke samenwerkingsvormen. Uitvoering acties

- Uitvoering actiepunten
- Gelegenheids-werkgroepen en klankborden

Financieel

Onze gemeentelijke uitgaven voor toerisme, recreatie en evenementen omvatten momenteel circa € 287.000 per jaar. Onze inkomsten hieruit zijn circa € 181.000 per jaar. In het onderstaande overzicht staat dit uitgesplitst weergegeven. Daarnaast innen we reclamebelasting voor Wijchen-centrum waarvan de opbrengst terugvloeit in de vorm van subsidie naar Wijchen-centrum. Deze bijdrage wordt door ondernemers mede gebruikt voor promotie en evenementen.

Wij blijven permanent zelf investeren of via subsidies aan maatschappelijk en culturele partners om het toeristisch aanbod in Wijchen en haar kernen te behouden en steeds mooier te maken. Dit bevordert een prettig woonklimaat. Ook hebben onze ondernemers in de verblijfsrecreatie baat bij een goed recreatief en cultureel aanbod in Wijchen. Hun gasten bezoeken de regio vanwege de dagattracties, evenementen en aanwezige voorzieningen. Pas daarna gaat men op zoek naar een geschikte verblijfsaccommodatie. Het is zelden andersom. Zonder dagrecreatief aanbod hebben de verblijfsaccommodaties veel minder aantrekkingskracht. Om die reden vinden we het ook reëel dat toeristen via de toeristenbelasting

PRODUCT		BEDRAG UIT (€ X 1.000)	BEDRAG IN (€ X 1.000)
TOERISME	TOERISTENBELASTING		53
	SUBSIDIE TVAN EN VVV WIJCHEN	63	
	TOERISME PROMOTIE & PRODUCTONTWIKKELING	24	
TOTAAL TOERISME		87	53
RECREATIE	BEHEER EN ONDERHOUD FIETSROUTENETWERK	4	
	VOETVEREN	17	6
	RECREATIE ALGEMEEN	4	
TOTAAL RECREATIE		25	6
EVENEMENTEN	VIERDAAGSE	43	
	EVENEMENTEN	47	
	ONDERSTEUNING FESTIVITEITEN	19	
	KERMIS		122
TOTAAL EVENEMENTEN		109	122
ORGANISATIEKOSTEN		66	
TOTAAL T & R & E		287	181

meebetalen aan de investering in en de instandhouding van onze culturele en recreatieve voorzieningen. Het is onze ambitie om meer toeristische overnachtingen te realiseren. Hierdoor genereren we een hogere opbrengst van de toeristenbelasting. Deze is een dekkingsmiddel voor onze gemeentelijke kosten. Zo profiteren alle inwoners van Wijchen mee van de toeristische groei. Dit draagt bij aan ons uitgangspunt dat toerisme een middel is en bijdraagt aan de leefbaarheid van onze gemeente.

De maatregelen in de uitvoeringsagenda van deze toeristische visie bekostigen we zoveel als mogelijk uit bestaand gemeentelijk budget. Uiteraard brengen we subsidiabele projecten in bij derden. Zo proberen we onze eigen middelen via cofinanciering te vermeerderen. Tenslotte zullen we voor de uitvoering van genoemde maatregelen waarvoor ons budget ontoereikend is, per maatregel een afweging voorleggen via de gemeentelijke begroting.



B

Deel B

De analysehoofdstukken vindt u uitgewerkt en nader toegelicht in separaat Deel B.



Gemeente
Wijchen

Werkorganisatie Druten Wijchen

Postbus 9000

6600 HA Wijchen

Vormgeving en visuele ondersteuning:

Seinpost Adviesbureau

