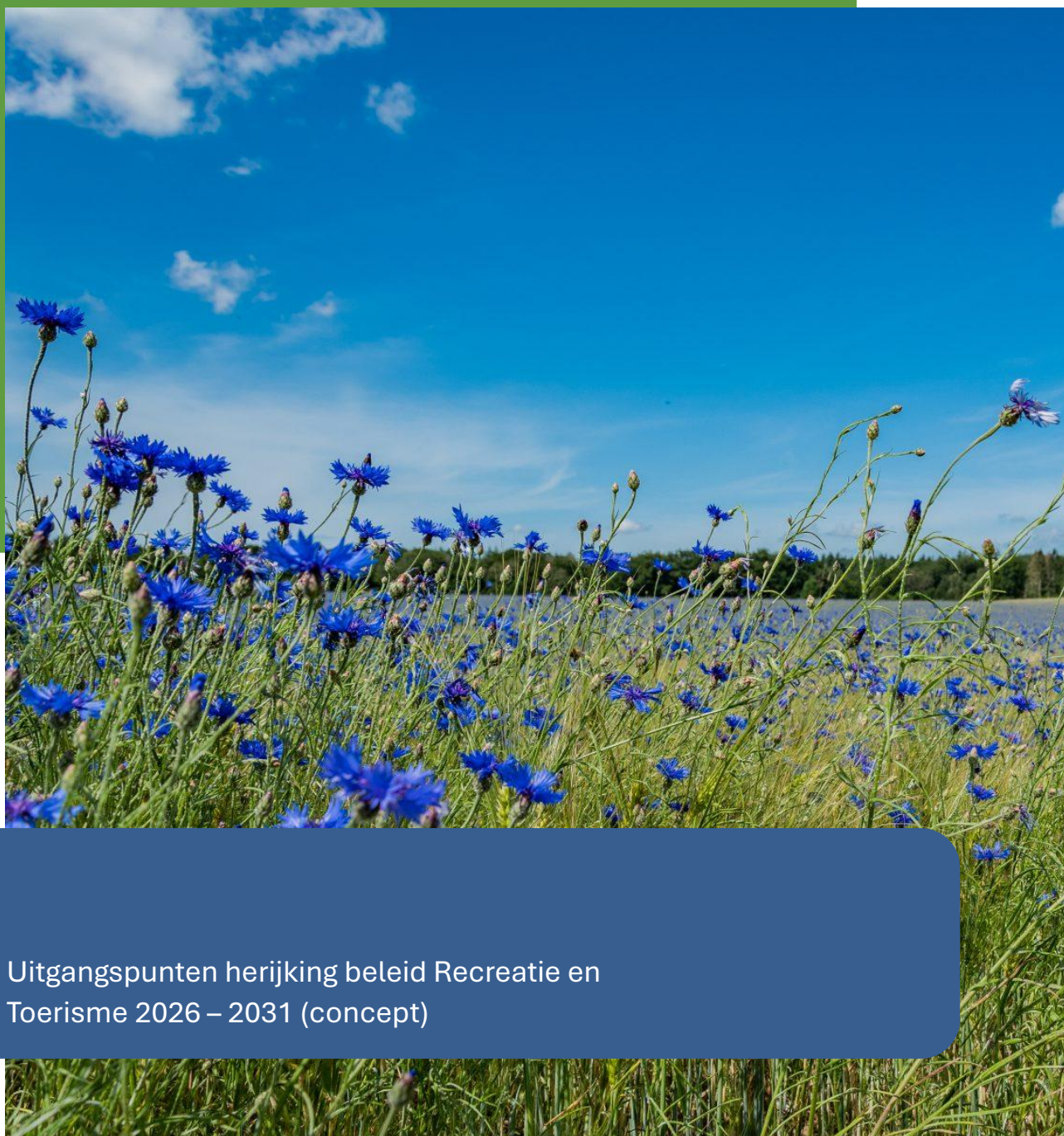




Uitgangspunten herijking beleid Recreatie en
Toerisme 2026 – 2031 (concept)

Inleiding

Het huidige recreatie- en toerismebeleid van Montferland, opgesteld in 2020, is geëvalueerd en herijkt om in te spelen op nieuwe ontwikkelingen.

In de startnotitie is opgenomen dat er een informatieavond voor de gemeenteraad wordt georganiseerd waarin de conceptvisie wordt gepresenteerd. De raad krijgt op deze avond, 6 februari 2025, de gelegenheid om aanvullingen te doen. Ter voorbereiding op deze avond is deze samenvatting opgesteld met daarin de belangrijkste zaken uit het nieuwe beleid. Vóórdat er gestart is met het schrijven van het nieuwe beleid, zijn er meerdere gesprekken geweest met de stakeholders in het werkveld. Daarnaast is er een enquête uitgezet onder de ondernemers. Op deze manier is er informatie verzameld van degenen die het toeristisch aanbod creëren en vormgeven, wat van grote waarde is voor het opstellen van een nieuw beleid Recreatie en Toerisme.

SWOT-analyse

Een SWOT-analyse (strengths, weaknesses, opportunities en threats) is een manier om in kaart te brengen "wat we hebben" (sterktes en zwaktes) en "wat er kan gebeuren" (kansen en bedreigingen). Om tot een herijking van het beleid te komen die duidelijk en doelmatig weergeeft waar de Gemeente Montferland op recreatie en toerisme gebied naartoe wil, is er een SWOT-analyse opgesteld.

Sterktes

- Prachtige natuur: Montferland heeft uitgestrekte bossen, heuvels en natuurgebieden zoals het Bergherbos, ideaal voor wandelen, fietsen en andere buitenactiviteiten.
- Rijke cultuurhistorie: bezienswaardigheden zoals kasteel huis Bergh en de historische stad 's-Heerenberg trekken bezoekers aan.
- Diversiteit in recreatiemogelijkheden: van watersporten bij stroombroek tot avontuurlijke activiteiten zoals mountainbiken en paardrijden.
- Rust en ruimte: het agrarische landschap biedt bezoekers de mogelijkheid om tot rust te komen en zich terug te trekken van een drukke levensstijl.
- Evenementen: jaarlijkse (culturele) evenementen zoals Mechteld ten Ham, Kunst en Kunstig, Kasteelstad Verlicht en Lago Lago trekken bezoekers.
- Gastvrijheid (naoberschap): de regio staat bekend om haar gastvrijheid en vriendelijkheid, wat een belangrijke factor is voor bezoekers.
- Gunstige ligging: de ligging aan de grens met Duitsland trekt een andere doelgroep aan en is de basis van grensoverstijgende samenwerkingen (emoji)

Zwaktes

- Afhankelijkheid van grote aanbieders: de gemeente is afhankelijk van een klein aantal grote aanbieders, wat de diversiteit van het toeristische aanbod beperkt. Bijvoorbeeld, Landal was in 2023 goed voor ruim 60% van het aantal overnachtingen.
- Beperkt aantal bedden: het totaal aantal bedden is ontoereikend, met hoge bezettingsgraden in piekperiodes.
- Druk op natuurgebieden: gebieden zoals het Bergherbos en het centrum van 's-Heerenberg ervaren druk op het gebied van duurzaamheid en draagkracht.

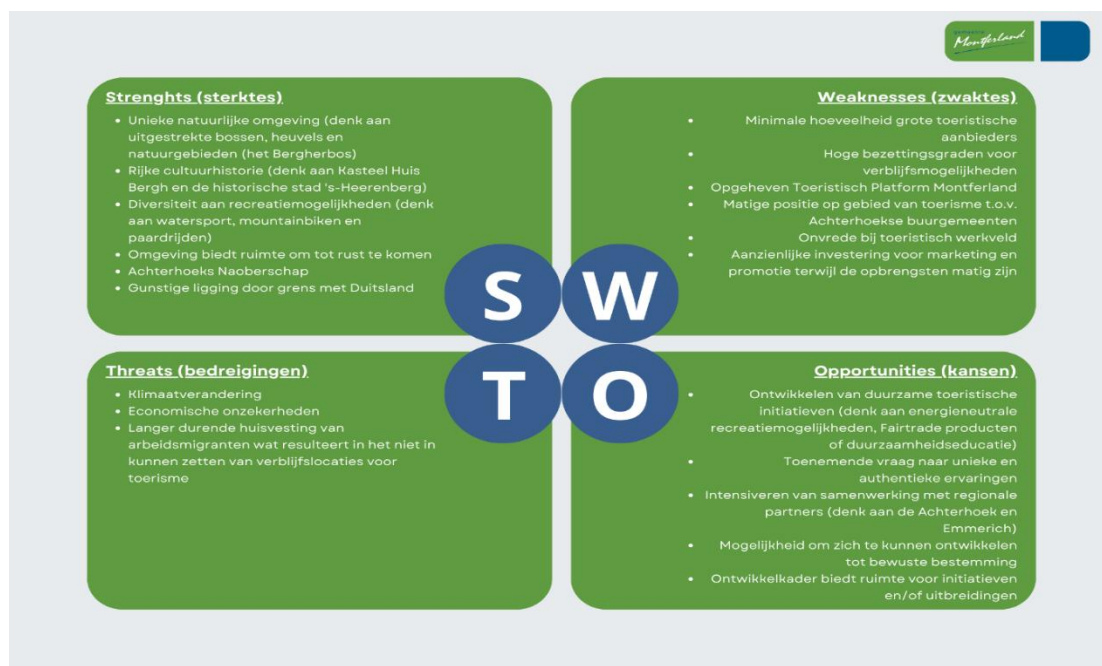
- Gebrek aan periodieke overleggen: met het verdwijnen van het Toeristisch Platform Montferland (TPM) is het lastig om aangesloten te blijven bij het werkveld.
- Marketing en promotie: onvrede in het werkveld over de manier waarop de gemeente investeert in marketing en promotie. De investeringen wegen volgens een meerderheid van de stakeholders niet op tegen de opbrengsten.

Kansen

- Duurzame toeristische initiatieven: ontwikkeling van duurzame toeristische initiatieven die aansluiten bij de speerpunten van het NBTC, zoals energie neutrale verblijfslocaties en het gebruik van Fair Trade producten.
- Samenwerking met regionale partners: intensivering van de samenwerking met de achterhoek en Duitse burens zoals Emmerich biedt potentie om te profiteren van de naamsbekendheid en het imago van de regio.
- Gebruik van moderne technologie: inzetten op trends zoals digitalisering en virtual reality om nieuwe en rijkere belevingsvormen te bieden.
- Bewuste bestemming: Montferland kan zich ontwikkelen tot een bewuste bestemming waar toerisme en recreatie bijdragen aan economische, sociale en ecologische meerwaarde.
- Ontwikkelprogramma voor nieuwe initiatieven: een duidelijk ontwikkelprogramma biedt de gemeente de kans om de sector beter van dienst te zijn.

Bedreigingen

- Klimaatverandering: droogte, wateroverlast na heftige buien en hittestress kunnen de toeristische sector beïnvloeden.
- Economische onzekerheden: factoren zoals economische recessies kunnen de toeristische sector negatief beïnvloeden.
- Huisvestingsproblematiek arbeidsmigranten: het aantal hotelbedden is afgenomen omdat hotels nu arbeidsmigranten huisvesten, wat onzekerheid creëert over de beschikbaarheid van toeristische accommodaties in de toekomst.



Visie 2025 – 2030

De SWOT-analyse, samen met de aanbevelingen uit het Rekenkamerrapport, het evaluatierapport van Bureau Buiten en de input van de stakeholders heeft geleid tot een nieuwe visie, het meer concreet maken van de doelstellingen door middel van een nulmeting en het toevoegen van kwalitatieve doelen in de vorm van kernthema's. Een samenvatting van de visie luidt als volgt:

Montferland ontwikkelt als een bewuste bestemming waar toerisme en recreatie bijdragen aan economische, sociale en ecologische meerwaarde. Er is een balans tussen toerisme en draagkracht van de omgeving. De regio staat bekend om zijn duurzame en kwalitatieve toeristische aanbod, gericht op natuur, cultuur en rust.

Onder het sterke merk Achterhoek profileert Montferland zich als de plek waar je in de prachtige natuur kan uitrusten of je over het uitgebreide routenetwerk sportief kan voortbewegen. Op de mountainbike, op het paard of te voet. Ook zijn er mogelijkheden voor waterrecreatie en watersport rondom Stroombroek. Cultuurliefhebbers tot slot kunnen hun hart ophalen in 's-Heerenberg en Zeddam. Door samen te werken met de Achterhoek kan Montferland profiteren van de naamsbekendheid en het imago van de regio, terwijl het zijn eigen unieke kenmerken benadrukt.

Een duidelijk ontwikkelprogramma voor dag- en verblijfsrecreatie biedt richtlijnen voor de ontwikkeling van toeristische voorzieningen en de integratie van recreatieve functies in het landschap. Montferland bestaat uit verschillende deelgebieden, elk met hun eigen unieke kenmerken en toeristische potentieel. Elk deelgebied kent een aparte benadering om de specifieke kernkwaliteiten, opgaven en ambities optimaal te benutten. Dit zorgt voor een gedifferentieerd en aantrekkelijk toeristisch aanbod.

Doelstellingen

Zoals gemeld handhaven we de doelstellingen uit het huidige beleid met als toevoeging een nulmeting (basisjaar 2023) en we stellen ons als doel dat onze groei groter of gelijk is dan die van de Achterhoekse gemeenten.

- Stijging in toeristische overnachtingen.
- Meer banen en vestigingen in de recreatieve en toeristische sector.
- Balans tussen toerisme en draagkracht van natuur en inwoners.

Naast de kwantitatieve doelen, zijn er vier kernthema's geformuleerd met daarbij strategische activiteiten die bijdragen aan de thema's. Hieronder een samenvatting hiervan:

Kernthema's

Figuur 2

Kernthema's



1. Bezoekersbeleving

Om de beleving van de bezoekers te optimaliseren is het belangrijk dat de marketing en promotie op orde is zodat Montferland en alles wat het te bieden heeft, vindbaar is voor de bezoeker. Met bezoeker wordt de toerist bedoeld maar ook de inwoner van de gemeente of regio die gebruik maakt van de voorzieningen.

De strategische activiteiten hierbij zijn:

- Focus op het merk Achterhoek en zorgen voor sterke identiteit Montferland onder het label Achterhoek.
- Stimuleren en (financieel) ondersteunen van het uitvoeren van de opgestelde toeristische plannen voor toeristische kernen zoals Zeddam, het historische centrum van 's-Heerenberg en Stroombroek.
- Ondersteuning van kleine en startende ondernemers bijvoorbeeld als het gaat om marketing en promotie.
- Verbeteren van de volledige klantreis, van het eerste contactmoment tot en met de beleving ter plekke.
- Zorgen voor een goede spreiding van Toeristische Informatiepunten (TIP), heropenen van fysieke informatiepunt in 's-Heerenberg.

2. Toekomstbestendig Groeien

Montferland zet zich in voor duurzame groei en ontwikkeling van de toeristische sector. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan educatie en bewustwording onder zowel bezoekers als inwoners over de waarde van toerisme en de noodzaak van duurzaam toerisme. De lokale ondernemers worden ondersteund bij het verbeteren van de kwaliteit van hun aanbod.

De draagkracht van natuur en de inwoners is een belangrijke factor als het gaat om de toeristisch recreatieve toekomst van de gemeente. Dit wordt regelmatig besproken en getoetst.

Strategische Activiteiten:

- Kwaliteit is belangrijker dan kwantitatieve groei. Doordat de wensen van toeristen toenemen als het gaat om kwaliteit van de verblijfsaccommodatie of dagrecreatie/horeca voorziening, ondersteunen we ondernemers bij het investeren in kwalitatief hoogwaardige voorzieningen, bijvoorbeeld in de vorm van kennisontwikkeling.
- Ook bij het voorgaande punt extra aandacht voor kleine en startende ondernemers.
- Er wordt regelmatig geëvalueerd of de opbrengsten van recreatie en toerisme nog in balans zijn met van de draagkracht van natuur en inwoners.
- Er wordt gestreefd naar een goede balans tussen dag- en verblijfsrecreatie, met extra aandacht voor het tekort aan overnachtingsmogelijkheden. Er is een positieve grondhouding ten opzichte van nieuwe initiatieven op het gebied van verblijfsaccommodaties.

3. Verdeling van de Ruimte

Bij dit kernthema worden drie zaken onderscheiden. Het gaat om de routes die in het toeristisch recreatieve product van Montferland een belangrijke rol spelen, de verschillende deelgebieden die er in de gemeente worden onderscheiden en om de uitgangspunten die er gehanteerd worden om de initiatieven te beoordelen die een claim op de ruimte leggen, vaak in het buitengebied.

Strategische Activiteiten:

- Routes (wandelen, fiets en paardrijden) zijn een belangrijke kwaliteit van Montferland. Er wordt dan ook geïnvesteerd in onderhoud en ontwikkeling. Er komt een inventarisatie van benodigde (fiets)parkeerplaatsen en toeristische opstappunten (TOP's).
- Er wordt naar gestreefd routes dicht bij de woonomgeving van inwoners te starten om verkeersbewegingen te beperken en gebruik ervan te stimuleren.
- Er wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende deelgebieden binnen de gemeente als het gaat om beoordelen van initiatieven. De indeling van de omgevingsvisie wordt gevolgd en per deelgebied worden de toeristische kwaliteiten en mogelijkheden beschreven. Dit is vastgelegd in het ontwikkelprogramma dat is opgesteld in overleg met de stakeholders.
- Er wordt ingezet op een verruiming van mogelijkheden voor Bed & Breakfasts, minicampings en recreatiewoningen.

4. Samen Sterker

Om de regionale synergie te versterken, streeft Montferland naar een intensieve samenwerking met de omliggende gemeenten. Met name in de Achterhoek en de Duitse grensstreek is nog winst te boeken. Doordat Montferland zich heeft aangesloten bij de regio Achterhoek zijn de mogelijkheden om samen te werken toegenomen, dit biedt een kans voor recreatie en toerisme.

De samenwerking met lokale ondernemers, natuurorganisaties en culturele instellingen wordt versterkt. Er wordt een convenant of netwerk gecreëerd om deze samenwerking te structureren en te versterken. De gemeente Montferland heeft hier een actieve rol in

Strategische Activiteiten:

- Samenwerking met omliggende gemeenten in de regio Achterhoek en Duitse grensregio intensiveren.
- Evaluatie van de samenwerking met de Liemers en mogelijke heroverweging van het lidmaatschap van de vrijetijdsagenda.
- Proactieve inbreng in grensoverschrijdende overleggen zoals Emoji en Grenzhoppers.
- Creëren van een netwerk of convenant om samenwerking met lokale ondernemers, natuurorganisaties en culturele instellingen te structureren.
- Organiseren van ondernemersbijeenkomsten voor kennisuitwisseling en informatie over regionale plannen en ontwikkelingen.

In het nieuwe beleid worden de strategische activiteiten bij ieder kernthema afgesloten met concrete acties. Hieronder een voorbeeld hoe dit eruit komt te zien.

Figuur 3

Voorbeeld acties bij het kernthema "Verdeling van de Ruimte".

Acties

- De bestaande routes worden in kaart gebracht en er wordt verder geïnvesteerd in het routenetwerk. Hierbij kan gedacht worden aan beheer en onderhoud van de routes, en inventarisatie van het aantal benodigde (fiets)parkeerplaatsen en van de TOP's.
- Bij het opstellen van de omgevingsvisie worden de toeristisch/recreatieve gebiedskarakteristieken meegenomen zoals in hoofdstuk 5 en in het bijgevoegde ontwikkelprogramma omschreven.
- Aan de hand van de beschreven kenmerken van de deelgebieden, kan er aan initiatiefnemers beter aangegeven worden waar de kansen liggen voor nieuwe ontwikkelingen. Er wordt een ontwikkelprogramma opgesteld die initiatiefnemers ondersteunt bij de aanvraag.

Doelgroepen

Het nut van het bepalen van de juiste doelgroep heeft voornamelijk voordelen wanneer het gaat om marketing en promotie. Wat vinden ze belangrijk? Hoe worden ze graag benaderd? Hoe zoeken ze informatie op? Maar ook het (toekomstig) toeristisch aanbod kan beter aangesloten worden wat leidt tot een betere bezoekersbeleving. Door te kijken naar wat het toeristisch aanbod van Montferland is, kunnen er doelgroepen worden bepaald. Doelgroepen waarvan de wensen en behoeften op dit moment aansluiten bij het toeristisch aanbod van Montferland. Op basis van de bovenstaande SWOT-analyse sluiten de volgende twee doelgroepen het best aan. Daarnaast wordt er een doelgroep geformuleerd die op dit moment nog niet prominent aanwezig is maar wel kansen biedt als we kijken naar de kenmerken van het landschap en de aanwezige voorzieningen.

Verbindingszoekers

Deze groep mensen is behulpzaam en evenwichtig. Ze omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk, met waarden zoals gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon'. Goede relaties met burens en familie zijn voor hen belangrijk. In hun vrije tijd besteden ze hun tijd nuttig door vrijwilligerswerk te doen, te wandelen of te fietsen. Ze hebben een culturele interesse in creatieve activiteiten, theaters en musea. Voor vakantie zoeken ze ontspanning, genieten en gezelligheid, vaak in de natuur en bij voorkeur in Nederland. Ze geven de voorkeur aan campings of kleinschalige hotels met gastvrij personeel. Deze groep bestaat iets vaker uit vrouwen, meestal 55 jaar of ouder, en ze wonen vaak in huishoudens van twee personen.

Rustzoekers

Deze groep mensen is kalm, behulpzaam en bedachtzaam. Ze houden van rust en regelmaat en voelen zich het meest op hun gemak in hun vertrouwde omgeving. Ze gaan graag hun eigen gang, vaak alleen. Hun favoriete bezigheden zijn thuis zijn, tuinieren, klussen en tv kijken. In hun vrije tijd komen ze tot rust en ze houden van activiteiten zoals tuinieren, fietsen, wandelen, vissen en vrijwilligerswerk. Voor vakantie kiezen ze vaak om bij te komen, meestal thuis of in een huisje/bungalow met veel voorzieningen. Privacy is voor hen belangrijk. Ze regelen uitjes en vakanties graag van tevoren en keren graag terug naar bekende plekken. Deze groep bestaat iets vaker uit vrouwen, meestal alleenstaand, en ze verdienen vaak onder modaal. Ze kijken graag naar nieuws, actualiteitenprogramma's en talentenjachten op RTL4 en SBS6.

In de komende jaren is het waardevol om op basis van de unieke eigenschappen en mogelijkheden van Montferland als het gaat om natuur, landschap en routestructuren een nieuwe doelgroep aan te trekken, namelijk de Avontuurzoekers. Montferland heeft veel te bieden voor deze groep.

- **Avontuurzoekers**

Deze groep mensen is avontuurlijk en creatief. Ze zijn altijd op zoek naar nieuwe ervaringen en zelfontwikkeling. Ze houden van uitdagingen zoals moderne kunst, andere culturen en de natuur. Gericht op persoonlijke groei en het 'echte' leven ervaren, ondernemen ze activiteiten zoals de natuur in gaan, musea bezoeken en cursussen volgen. Ze zijn ruimdenkend en eigenwijs, en trekken graag hun eigen plan, waarbij ze grote groepen vermijden. Ze geven de voorkeur aan unieke, kleinschalige accommodaties zoals basic campings, hostels en Airbnbs. Hun vakanties bevatten veel culturele activiteiten, stedentrips, natuurvakanties en sportieve uitdagingen. Ze zijn vaak te vinden in de bergen, op wandelpaden en op het water, genietend van

hiken, fietsen, klimmen en kajakken. Ze plannen hun vakanties vaak last-minute voor maximale avonturen en nieuwe ervaringen, en oriënteren zich vooral online via reviews, reisverhalen en reisgidsen.

Evaluatie en rol van de raad

Conform de aanbevelingen van de rekenkamer wordt een duidelijk onderscheid aangebracht tussen de kader stellende en controlerende rol van de raad en de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het college. Met het vaststellen van dit beleid voorziet de gemeenteraad in zijn kader stellende rol en het college zal de raad jaarlijks voorzien van een uitvoeringsagenda inclusief financiële consequenties zodat de raad ook de controlerende rol kan uitvoeren.

Dit beleid heeft een looptijd van 2026 tot 2031. Dit betekent dat er in 2030 geëvalueerd zal worden en aan de hand daarvan wordt besloten of er wijzigingen nodig zijn.