

2020: en toen was alles anders

Voor u ligt het jaarverslag 2020. Begin 2017 presenteerden we trots onze huidige visie (2017-2021). Rode draad in deze visie was de veranderende omgeving waarin wij als RBT (Regionaal Bureau voor Toerisme) werkzaam zijn. In de markt is meer behoefte aan kennis en informatie. Ondernemers hebben in toenemende mate hun marketing op orde en hebben behoefte aan regie op bepaalde thema's. Meer en meer wordt gesproken over de transitie van een RBT, waarin vooral marketingactiviteiten zijn geborgd, naar een bredere organisatie, met de vaak in vakliteratuur gebruikte afkorting DMO. Dit staat voor Destinatie Management Organisatie.

2020 heeft voor niemand meer een introductie. De coronapandemie heeft ons land vanaf het voorjaar platgelegd. Ondernemers uit onze sector en vele andere sectoren waren genoodzaakt om hun werk tijdelijk stop te zetten. Periodes van onduidelijkheid, spanning en onzekerheid wisselden elkaar af. Na deze eerste golf kwam er in de zomer meer lucht en ruimte. De deuren mochten weer worden geopend en de sector had een zeer goede zomer dankzij de massaal thuisblijvende Nederlanders. Het sentiment was weer ten positieve gekeerd. Maar niet voor lang. De tweede lockdown zorgde ervoor dat ook het naseizoen grotendeels moest worden afgeschreven. De lockdown heeft uiteindelijk de hele winter voor beperkingen gezorgd, waar onze sector zwaar onder lijdt.

Na tal van goede jaren voor de sector, was 2020 een dieprood jaar. Dankzij diverse steunmaatregelen van de overheid is het aantal faillissementen beperkt gebleven. Ook vanuit Achterhoek Toerisme hebben we een bijdrage aan de sector kunnen leveren. Los van het feit dat veel van onze werkzaamheden een ander karakter kregen, hebben wij de sector ook financieel ondersteund. Een crisis van deze omvang vraagt om uitzonderlijke maatregelen. Om die reden hebben wij een ruime tegemoetkoming voor de samenwerkingsovereenkomsten kunnen inzetten. Dat heeft bijgedragen aan het in stand houden van de relatie tussen Achterhoek Toerisme en het toeristisch bedrijfsleven.

Op het moment van schrijven bevinden we ons nog steeds in een turbulente periode. Veel bedrijven in de sector zijn nog geheel of deels gesloten. Het is wachten op versoepelingen die het weer mogelijk maken om te ondernemen. We doen er als Achterhoek Toerisme alles aan om de sector te ondersteunen waar het kan. Juist daarom zijn we content met wat we als organisatie hebben opgepakt in 2020. Met de juiste flexibiliteit en intensiteit hebben we hard doorgewerkt om te leveren waar het bedrijfsleven in deze zware tijden behoefte aan heeft. Daar mogen we trots op zijn.

Eric-Jan de Haan,
Voorzitter Achterhoek Toerisme

Corona doet de groeicijfers stikken

Eens per twee jaar doen we onderzoek naar de economische ontwikkeling van onze sector. Het meest recente onderzoek gaat over 2019. Deze cijfers zijn, zoals hieronder beschreven, zeer positief. Maar corona heeft de groei ernstig verstoord.



Om dat goed inzichtelijk te krijgen, zullen wij begin 2021 onderzoek doen naar het economische effect over 2020. Hierdoor kunnen we de impact van corona ook echt gaan duiden.

Om toch een beeld te geven van de ontwikkelingen, nemen we hieronder wel de ontwikkelingen tot en met 2019 op.

Er vonden in 2019 ruim 3,3 miljoen toeristische overnachtingen plaats. Dit is een stijging van 10 procent ten opzichte van 2017. Ruim 70 procent van de gasten die in de Achterhoek blijven overnachten, komt uit Nederland. Het aandeel buitenlandse bezoekers wordt echter steeds groter. De grootste groep buitenlandse bezoekers, 18 procent, komt uit Duitsland. Met name de bungalowsector liet een flinke stijging

zien ten opzichte van 2017. Dit komt overeen met de landelijke trend: er is een groeiende vraag naar meer luxe en comfort. Om als toeristische bestemming aantrekkelijk te blijven, is het belangrijk om ruimte te blijven bieden aan bijzondere en onderscheidende concepten. Juist daar liggen kansen voor verdere ontwikkeling.

In 2019 vonden er bijna 7,1 miljoen dagbezoeken plaats. Dat is een stijging van 8 procent ten opzichte van 2017. De belangrijkste dagactiviteiten in de Achterhoek zijn routegebonden recreatie en evenementen, elk met 1,3 miljoen tot 1,5 miljoen bezoekers. De grootste toename van het aantal dagbezoekers is te zien in de oeverrecreatie. De warme zomer van 2019 trok 35 procent meer dagbezoekers naar de recreatieplassen ten opzichte van 2017.

De economische waarde van de totale vrijetijdseconomie in de Achterhoek bedroeg in 2019 ruim € 308 miljoen. De bestedingen in de vrijetijdseconomie zijn met bijna 10 procent toegenomen ten opzichte van 2017. Dit betekent een groei van ongeveer € 27 miljoen. Er werken ruim 12.000 mensen in de vrijetijdseconomie in de Achterhoek. Dat is 6,7 procent van het totaal aantal banen in de Achterhoek. De werkgelegenheid in onze sector steeg met 8 procent ten opzichte van 2017 en liet daarmee een snellere groei zien dan de totale werkgelegenheid in de Achterhoek.



Organisatie zoekt naar **balans**

Eind 2020 had Achterhoek Toerisme zeventien medewerkers in dienst (12,8 fte). Voor het eerst zien we dat er meer medewerkers op de loonlijst van Achterhoek Toerisme zelf staan dan we via payrolling inhuren. Wijzigingen in de wet zorgen ervoor dat de balans tussen vast en flexibel personeel steeds verder onder druk komt te staan. Achterhoek Toerisme huurt de Kennismakelaar voor 0,5 fte in.

Het jaar 2020 kenmerkte zich ook door wat wisselingen in het personeelsbestand. We hebben van een tweetal collega's afscheid genomen. Mede door wat interne verschuivingen hebben we de bezetting weer op orde gekregen en

meer balans in het team en de organisatie gebracht.

In 2019 zijn we voor het eerst geconfronteerd met medewerkers die om uiteenlopende redenen voor een lange periode arbeidsongeschikt zijn. Dit ziekteverzuim liep ook in 2020 nog door. Ondertussen is een collega een tweede-spoortraject gestart bij een andere werkgever.

Het bestuur heeft een nieuw lid mogen verwelkomen: Alain van de Haar van het Graafschap College. Aan het einde van 2020 is Marijke van Haaren gestopt als wethouder van de gemeente Berkelland en daarmee ook als voorzitter van Achterhoek Toerisme. Per 1 januari is zij opgevolgd door Eric-Jan de Haan.

De huisvesting van het kantoor binnen de gemeente Berkelland voldoet nog in haar huidige vorm. Ook de diensten die bij de gemeente zijn onderbracht als onderdeel van een dienstverleningsovereenkomst, worden naar tevredenheid afgenomen.

Corona heeft financiële impact

Het jaar 2020 is afgesloten met een negatief resultaat van € 91.745,-. Hierin is een negatief resultaat van € 25.000,- opgenomen inzake de opstartfase van het Kennisplein. Het overige verlies is één op één te herleiden naar minder inkomsten uit de partnerpakketten, campagnes en toeristische bebording. Bij de eerste lockdown en de start van het toeristisch seizoen hebben we de keuze gemaakt een tegemoetkoming aan het bedrijfsleven te doen om de sector te helpen in deze moeilijke tijden. De provincie Gelderland heeft dit aanbod ook financieel ondersteund.



Dit betekent dat de baten op de campagnes en marketingactiviteiten een stuk lager uitvallen ten opzichte van de begroting. Het routebureau toont een toename qua inkomsten, voornamelijk te danken aan de afronding van het ATB-netwerk fase 1, de TOP's pilotfase en een aantal subsidietrajecten van de provincie Gelderland. De overige baten tonen her en der wat verschillen, maar zijn te allen tijde in lijn met de uitgaven op het genoemde project. Andere inkomstenstijgingen kwamen voor rekening van de Inspiratiecentra, nu we in 2020 de eerste centra hebben opgeleverd. Ook hebben we een bijdrage mogen ontvangen uit de VE-agenda, ter ondersteuning van de coronacampagne #wekijkennaarjeuit. Zonder de tegemoetkoming aan het bedrijfsleven zouden de inkomsten uit het bedrijfsleven licht zijn gestegen. Niet alleen is het aantal projectpartners in 2020 toegenomen, ook de algemene partnerschappen zijn ondanks corona toegenomen met meer dan twintig partners. Het gaat veelal om autonome groei van met name het kleinere bedrijfsleven.

Kijken we naar de lasten, dan laat de jaarrekening zien dat we op een aantal posten, waar het mogelijk en verantwoord was, een bezuiniging hebben doorgevoerd vanwege de coronacrisis. Door goed op de uitgaven te letten, hebben we de terugval van inkomsten voor een deel kunnen opvangen. Desondanks zijn er wel uitgaven hoger uitgevallen dan

begroot, maar die zijn nagenoeg altijd opgevangen door hogere projectinkomsten.

De vaste lasten zijn in lijn met de verwachtingen. Door een indexatie en een functiewissel was er sprake van een lichte stijging in personele lasten. De overige bedrijfskosten zijn hoger uitgevallen door meer ICT-gerelateerde kosten (onder andere vanwege de opzet van projectadministratie en de aanschaf van nieuwe laptops) en hogere kosten voor de inhuur van P&O-diensten van de gemeente Berkelland.

Met de Belastingdienst hebben we inzake de Vpb-positie c.q. Vpb-plicht een compromis gesloten. Per 31 december 2020 beschikt Stichting Achterhoek Toerisme in totaal nog over € 374.511,- van de van de regiogemeenten ontvangen bijdragen over de voorliggende periode. Deze gelden zijn volledig ter dekking van de afgesproken activiteiten, conform het door de regiogemeenten vastgestelde activiteitenplan (inclusief de activiteiten die worden verricht in de komende subsidieperiode). Sommige activiteiten lopen dit jaar nog door, daarom gaat het in wezen om vooruit ontvangen bedragen.



Regiomarketing

Prachtige natuur, bruisende cultuur en een gastvrij karakter – dit alles maakt de Achterhoek tot de perfecte plek om je dagje uit, weekendje weg of vakantie door te brengen. Als Achterhoek Toerisme steken we onze liefde voor de regio niet onder stoelen of banken. .

Door te vertellen hoe fijn het hier is, verleiden we toeristen tot een bezoek. En bezoekers die er al zijn, laten we ervaren hoe verrassend veelzijdig de Achterhoek is. Dit alles doen we vanuit de imagocampagne 'Het geluk van Nederland – Echt Achterhoek'.

Om een impuls te geven aan de toeristisch-recreatieve sector, werkt Achterhoek Toerisme samen met vele partners. Want door middelen en kennis te bundelen, vergroten we de slagkracht en kunnen we de (potentiële) gast op het juiste moment van de juiste informatie voorzien. De marketinggeoriënteerde campagnes dragen sterk bij aan de branding van de regio binnen de thema's verblijf, culinair, recreatie en cultuur. Ze vergroten niet alleen de slagkracht van de deelnemende bedrijven, maar vormen tegelijkertijd een netwerk om met elkaar te spreken over relevante zaken in de sector.

1. CULINAIR

Achterhoek Toerisme brengt de Achterhoekse gastronomie onder de aandacht van een breder publiek. Dit doen we in de gezamenlijke campagnes 'Wild eten in de Achterhoek' en 'Karakteristiek Achterhoek', waarbij restaurateurs, streekproducenten, wijnbouwers en bierbrouwers samenwerken. Deze projecten zijn bedoeld om het culi-toerisme in de regio te stimuleren.

De campagne 'Karakteristiek Achterhoek' zien we terug bij verschillende clusters omdat hier activiteiten voor kleinschalige overnachtingslocaties, wijnbouwers, bierbrouwerijen, streekproducenten en theetuinen onder vallen.

2. VERBLIJF

Onder het cluster Verblijf vallen de campagnes 'Kamperen in de Achterhoek', 'Karakteristiek Achterhoek' en 'Hotels in de Achterhoek'. Door als collectief op te trekken, versterken we de positie van de Achterhoek als aantrekkelijke verblijfsbestemming. De verschillende campagnes kennen verschillende doelgroepen. In de communicatiemix houden we hier zorgvuldig rekening mee, zodat we het budget zo effectief mogelijk inzetten.

3. CULTUUR

Op cultureel gebied is er veel te beleven in de Achterhoek. De campagne 'Musea in de Achterhoek' heeft een landelijk bereik. De evenementen vormen ook een belangrijke trekpleister. Achterhoek Toerisme verzorgt de projectcoördinatie en promotionele activiteiten voor Cultuurzomer. Met het afgelasten van alle evenementen hebben de activiteiten in het kader van Cultuurzomer Achterhoek dit jaar geen doorgang kunnen vinden. De ontwikkelingen omtrent corona zullen bepalend zijn voor de activiteiten van 2021.

4. RECREATIE

Onder dit cluster vallen de projecten 'Kidsgeluk in de Achterhoek' en 'Karakteristiek Achterhoek'. De campagne 'Karakteristiek Achterhoek' is speciaal bedoeld om het kleinschalige, authentieke (toeristisch) bedrijfsleven in de Achterhoek voor het voetlicht te brengen. Bijna honderd Achterhoekse ondernemers participeren hierin. Met 'Kidsgeluk' brengen we het aanbod van attracties onder de aandacht van gezinnen. Een nieuwe campagne binnen dit cluster is

'Outdoor Achterhoek'. Met deze campagne profileren we de Achterhoek als buitensportbestemming, met focus op mountainbiken, gravelbiken, trailrunnen en paardrijden.

5. ALGEMENE ACTIVITEITEN

De algemene activiteiten zijn activiteiten die niet rechtstreeks terug te leiden zijn naar één project, maar juist alle projecten samenbrengen. Hier vallen campagnes samen en wordt het imago van de Achterhoek versterkt als aantrekkelijke regio om te fietsen, te wandelen, te recreëren, te verblijven en culinair te genieten. Het betreft de ontwikkeling van zowel online als offline producten: website, online marketingactiviteiten - waaronder social media - de Achterhoek Geluksgids, public relations, media-inkoop, foto- en videografie, doorontwikkeling huisstijl, et cetera.

Binnen de campagne 'Gelderland levert je mooie streken' werkt Achterhoek Toerisme samen met partners uit de regio's Arnhem-Nijmegen, Veluwe en Rivierenland om de Achterhoek als een van de Gelders streken onder de aandacht te brengen. Deze regiocampagne richt zich zowel op de binnenlandse als de buitenlandse markt.

Daarnaast participeert Achterhoek Toerisme in diverse grensoverschrijdende projecten en activiteiten. Er bestaat een goede samenwerking met de strategische partners Euregio en het NBTC.



FIETS- EN WANDELNETWERKEN

Speciaal voor de doorontwikkeling van routestructuren heeft de provincie Gelderland een afzonderlijke subsidie-regeling opengesteld, voornamelijk over de periode 2019-2020. Dit stelde ons financieel beter in staat om verzoeken van het toeristisch bedrijfsleven, gemeenten of belangengroepen op te pakken voor aanpassingen aan het fiets- en wandelnetwerk in de Achterhoek. In 2020 zijn met name in Lochem, Bronckhorst en Aalten grotere aanpassingen gedaan aan de fiets- of wandelstructuur.

Daarnaast zijn twintig grotere en kleinere gemarkeerde routenetwerken gesaneerd die niet langer werden onderhouden door derden. Het gaat om enkele grensoverschrijdende routes (Agricultura-route, West-Munsterland-route, Kultuurroute en Flamingoroute), ruiterroutes van de stichting Hippisch Toerisme en enkele lokale ommetjes en kinderroutes. Eind 2020 is dit voorlopig afgerond, in afwachting van een nieuwe subsidie-regeling van de provincie Gelderland. Hiermee is de kwaliteit van de routemarkering verder verbeterd en zien we steeds minder dit soort totempalen in het landschap.



Routebureau

MTB-ROUTENETWERK ACHTERHOEK

De aanleg van fase 1 van het MTB-project Achterhoek is in 2020 succesvol afgerond met een coronavrije opening in september. In de Graafschap-gemeenten zijn in totaal zeven nieuwe MTB-routes aangelegd.

Na een grondige voorbereiding hebben we, in samenwerking met diverse MTB-verenigingen, Tracks and Trails en een grote groep enthousiaste vrijwilligers, nieuwe singletracks aangelegd. Dit heeft voor enkele MTB-routes landelijk een hoge top-10 notering opgeleverd. We zien ook dat het aantal recreanten groeit. In twee vervolgfases werken we nu, eveneens met financiële steun van de provincie en de gemeenten, aan het verder regiodekkend maken van het MTB-netwerk in de Achterhoek. In totaal is er bijna een half miljoen euro beschikbaar voor de opwaardering van het MTB-netwerk.

TOERISTISCHE OVERSTAPPUNTEN (TOP'S)

Zoals bekend zijn we in de Achterhoek ruim tien jaar geleden gestart met de aanleg van de toeristische overstappuntten (TOP's). Een initiatief dat in bijna het gehele land navolging heeft gekregen. Maar de tijden zijn veranderd: er heeft op grote schaal digitalisering plaatsgevonden

en de consument oriënteert zich anders. Daarom hebben we gemeend om kritisch en zorgvuldig te kijken naar de mogelijkheden voor een doorontwikkeling van de bestaande TOP's. De TOP's, die met name een functie vervulden voor informatieverstrekking en vervoer, moeten veel meer een toeristische inspiratieplek worden die als motor voor de omgeving functioneert. Om die reden heeft Achterhoek Toerisme het initiatief genomen voor het project TOP 2.0, een concept waarbij de consument op de locatie waar hij zich bevindt, wordt voorzien van relevante toeristische informatie. Deze informatie is dynamisch en lokaal en past zich aan naar omstandigheden, vraag en interesse. De informatie is toegankelijk via onze website en routeportal.

Uit diverse overleggen, studies en expertmeetings zijn veel ideeën voortgekomen. Deze ideeën hebben uiteindelijk geleid tot een voorstel om ons vooral te focussen op digitale informatieverstrekking. Daarbij zoeken we aansluiting bij een ander project: de omvorming van de VV's naar Inspiratiepunten.

In 2020 hebben we dit pilotproject met succes afgerond, met de inrichting van een prototype bij Vakantiepark De Twee Bruggen. In 2021 krijgt dit een vervolg en



zullen er eveneens inspiratielocaties bij bedrijven binnen worden ingericht.

HYBRIDE WANDELNETWERK

Sinds 2016 heeft de Achterhoek een wandelkeuzen netwerk. Destijds was de belangrijkste reden om voor dit systeem te kiezen, dat er in de Achterhoek al 150 gemarkeerde wandelroutes bestonden. Bij een knooppuntensysteem zouden deze bestaande routes worden opgeheven, maar in een keuzepuntensysteem konden ze wel worden geïntegreerd. Bovendien sloot de Achterhoek hierbij aan op de ons omringende regio's. Naast ommetjes zijn ook Lange-Afstand-Wandelpaden, streekpaden, klompenpaden en kerkenpaden onderdeel van het netwerk. Dit blijven zelfstandige wandelroutes met een eigen markering. In het veld is momenteel een netwerk van circa drieduizend kilometer ontsloten, bestaande uit meer dan driehonderd routes en honderdvijftig startlocaties.

Inmiddels bestaat het wandelnetwerk vijf jaar. Steeds meer wandelkeuzen netwerken worden omgevormd tot een zogenaamd hybride netwerk. De provincie Gelderland had destijds een sterke voorkeur voor het keuzepuntensysteem, maar zou nu graag zien dat het hybride wandelsysteem wordt aangelegd in aansluiting op ons bestaande keuzepuntensysteem. Ook in de ons omringende regio's, zoals Rivierenland,

Twente en Salland, zijn verregaande plannen om het bestaande wandelkeuzen netwerk om te bouwen. Eind 2020 zijn we gestart met de voorbereiding van de omvorming.

GAON: ONBEGRENSD REIZEN DOOR DE ACHTERHOEK

Samen met Arriva, de gemeenten en enkele ondernemers zijn we gestart met het pilotproject SMAAS (Smart Mobility As A Service). Doel van het project is om het vervoer tussen attracties en bezienswaardigheden in de Achterhoek te optimaliseren. Dit willen we doen met elektrische deelfietsen die iedereen – toeristen, zakelijke gasten en eigen inwoners – kan gebruiken om van A naar B te komen, eventueel in combinatie met de trein of bus. Zo bedienen we andere doelgroepen (bijvoorbeeld mensen zonder auto), maken we het verblijf in de Achterhoek aantrekkelijker en maken we van het vervoer door de Achterhoek meer een beleving.

Na een uitvoerige voorbereiding zijn we van start gegaan met de pilot. Dit gebeurt onder de naam 'Gaon'. In deze pilotfase testen we of dit deelfietsensysteem in de Achterhoek haalbaar is en of het wordt gebruikt en gewaardeerd. De eerste elektrische fietsen zijn, overigens zonder er veel ruchtbaarheid aan te geven, geplaatst op acht treinstations in

de Achterhoek en bij twee ondernemers. De afgelopen periode heeft in het teken gestaan van het ontwikkelen van het promotiemateriaal en de look-and-feel van de elektrische fietsen, het voeren van gesprekken met ondernemers over het plaatsen van fietsen bij hun bedrijf en het ontwikkelen van Gaon-combinatiekaarten. Met deze combinatiekaarten kunnen gebruikers tegen een beperkt bedrag 24 of 48 uur gebruikmaken van alle Arriva-bussen en -treinen in de Achterhoek en de Urbee e-bikes. We gaan deze combinatiekaarten via ondernemers en VVV's/TIP's verkopen. Met de combinatiekaarten kunnen we natuurlijk ook leuke arrangementen ontwikkelen. Hiermee gaan we het komende jaar aan de slag.

TOERISTISCHE BEBORDING

In totaal hebben we ruim 2.500 toeristische (bruine) borden en zo'n 500 borden van toeristische bedrijven en instellingen in beheer. Jaarlijks worden nog altijd ongeveer 25 bedrijven van nieuwe toeristische borden voorzien. In 2020 zijn merkbaar meer bedrijven gestopt met hun bedrijf als gevolg van de coronaperikelen. In 2021 gaan we nadrukkelijk kijken naar het kleurverschil dat zichtbaar is op sommige stellages.

Regiocoördinatie

KENNISPLEIN

Corona heeft in 2020 ook invloed gehad op de activiteiten van het Kennisplein. Fysieke (kennis)bijeenkomsten konden maar beperkt plaatsvinden en de Inspiratiedagen en Kennis- en Netwerkdag hebben we helaas moeten annuleren. De meerdaagse kennisprogramma's hebben we waar mogelijk omgezet naar online programma's. Daarnaast zijn we gestart met het organiseren van online kennissessies voor de toeristische sector. In totaal hebben er vier meerdaagse kennisprogramma's plaatsgevonden met in totaal 73 deelnemers. Aan de elf online kennissessies hebben in totaal 150 personen deelgenomen. 180 personen hebben in 2020 gebruikgemaakt van het e-learning aanbod, dat dit jaar met twee modules is uitgebreid tot tien trainingen.

Op onderzoeksgebied heeft de Monitor Toerisme Achterhoek over 2019 plaatsgevonden en is er in samenwerking met de andere Gelderse regio's een uitgebreid consumentenonderzoek gedaan naar de wensen en voorkeuren met betrekking tot routes en routeproducten. De resultaten van deze onderzoeken zijn met de sector gedeeld. Ook hebben we een factsheet over de Leefstijlvinder ontwikkeld.

Sinds de start van de organisatie stelt Achterhoek Toerisme overheden in staat om via het zogenoemde cafetariamodel additionele capaciteit in te huren, ter ondersteuning van diverse lokale activiteiten in hun gemeente. In 2020 is in zes gemeenten een medewerker van Achterhoek Toerisme actief geweest: in Aalten, Bronckhorst, Berkelland, Doesburg, Oost Gelre en Oude IJsselstreek. In Bronckhorst is een nieuwe collega gekomen om de rol van regiocoördinator te vervullen.



AALTEN

Aan het begin van het seizoen kwam de nieuwe toeristische gids uit: een ware glossy met prachtige foto's, vele verhalen, interviews en tips. Marleen Hoftijzer reisde twee jaar lang over de wereld en verbleef op de meest bijzondere plekken. Afgelopen zomer ging ze op pad in haar eigen geboortestreek en maakte ze vlogs over de diverse activiteiten en bijzondere locaties die de gemeente rijk is. Ook ging in 2020 de nieuwe website van VVV Aalten, Bredevoort en Dinxperlo live, met alle adressen op een rij, een overzichtelijke agenda en vele inspirerende beelden. Het aantal volgers van de Facebook-pagina Beleef Aalten-Bredevoort-Dinxperlo groeit en zit nu boven de tweeduizend, een groei van ruim 50 procent dit jaar.

BRONCKHORST

In Bronckhorst is een belangrijke stap gezet naar een nieuwe beleidsvisie voor recreatie en toerisme. Samen met de gemeente, toeristische platforms, ondernemers en een afgevaardigde van het Bronckhorster Kroonjuwelen Beraad is gekozen voor een nieuw toeristisch profiel. Bronckhorst wordt vanaf heden gepresenteerd als dé 'Achterhoekse

Kastelen- en landgoederenregio'. Onder regie van de regiocoördinator worden in 2021 de eerste producten en promotie-uitingen opgeleverd.

DOESBURG

De lockdown in de eerste maanden van het jaar had een grote impact op de Doesburgse binnenstad. Met behulp van online campagnes gericht op inwoners van Doesburg en omliggende gemeenten, zijn de ondernemers gesteund in het opzetten en zichtbaar maken van alternatieve verdienmodellen. Ondanks de afgelaste publieksevenementen trok de Hanzestad gedurende de zomermaanden veel publiek vanuit het hele land. De lancering van het Doesburgse Hanzebier, een geïllustreerde stadsplattegrond en een streetartkunstwerk hebben een impuls gegeven aan de Hanzebeleving in en rondom de stad.

BERKELLAND

Bij het ingaan van het toeristenseizoen is het fietsrouteboekje 'Fietsen langs Gastheren van het Landschap' opgeleverd. In navolging van de kernen Eibergen, Ruurlo en Borculo is er in 2020 ook een dorpsplattegrond van Neede gemaakt. Er

is zowel landelijke als regionale aandacht gegenereerd voor water-, wandel- en fietsrecreatie, door te adverteren in TROS Kompas, de Achterhoek Vakantiekrant en de Achterhoek Geluksgids. In het kader van kennisdeling is er geparticipeerd in de brainstormsessies over de algehele visie op recreatie en toerisme vanuit de gemeente, invulling van het Berkelfestival, Kunstroute Borculo en nieuwe (toeristische) bestemmingen voor de Oude Matheuskerk in Eibergen en de tbs-kliniek in Oldenkotte. Vanwege gemeentelijke bezuinigingen is er eind 2020 een einde gekomen aan regiocoördinatie in Berkelland.

OUDE IJSSELSTREEK

Het hoogtepunt in Oude IJsselstreek was de opening van het nieuwe VVV Inspiratiepunt op het DRU Industriepark in Ulft. De regiocoördinator was nauw betrokken bij het ontwerpen en aanleveren van allerlei content en materiaal. Daarnaast zijn de (nieuwe) vrijwilligers begeleid en opgeleid om gasten te ontvangen op de nieuwe locatie. Het hele jaar door hebben er verschillende werksessies plaatsgevonden om te komen tot een heldere VE-organisatiestructuur. In december hebben de toeristische ondernemers uit Oude IJsselstreek hun krachten gebundeld en de Stichting Recreatie en Toerisme Oude IJsselstreek (STROIJ) opgericht. Eind 2020 is ook de nieuwe website van VVV Oude IJsselstreek live gegaan.



OOST GELRE

In Oost Gelre is, mede vanwege corona, de focus gelegd op het wandel- en fietsaanbod in de gemeente. Inwoners en ondernemers werden op pad gestuurd om hun eigen gemeente te verkennen. Na afloop werden zij geïnterviewd. In de lokale nieuwsbladen was hier veel aandacht voor, ondersteund met advertenties. Daarnaast zijn er enkele nieuwe routes uitgegeven: een wandelroute langs de muurgedichten in Groenlo en een fietsroute langs kerken en kapelletjes in Zieuwent. De kinderroute Onder Vuur is in een nieuw jasje gestoken. In 2020 werd er in samenwerking met de VVV's ook gewerkt aan een nieuwe toeristische website voor Groenlo en Lichtenvoorde. De nieuwe websites worden in maart 2021 opgeleverd.

2020 was ook het jaar waarin de VVV in Groenlo werd omgevormd tot VVV Inspiratiepunt. Met het hoofdthema 'De Slag om Grolle' is dit Inspiratiepunt helemaal klaar om gasten op een moderne manier in hun informatiebehoefte te voorzien





Gastheerschap

Net als in 2019 is er in 2020 volop ingezet in het verbeteren en toekomstbestendig maken van het gastheerschap. Vier VVV-locaties verspreid over de Achterhoek zijn getransformeerd tot VVV Inspiratiepunt. In Ruurlo opende het eerste VVV Gastvrijheidspunt. In de modern ingerichte winkels krijgt de gast op een interactieve manier een voorproefje van de omgeving.

Iedere locatie heeft zijn eigen uitstraling, beleving en verhaal. Bezoekers maken kennis met de ijzerindustrie in Ulfst, het Nationaal Landschap van Winterswijk, de Slag om Grolle of de Hanzestad Zutphen. Op een eigentijdse manier kun je je laten onderdompelen in al het moois dat de Achterhoek te bieden heeft. Via interactieve elementen creëer je een eigen wandel- of fietsroute met de Routemixer, luister je naar verhalen van de verhalenboom, beleef je de Slag om Grolle met een VR-bril, vaar je met een 'koggeschip' of duik je in de prehistorie van de Steengroeven van Winterswijk.

Vanwege de coronamaatregelen konden er geen fysieke samenkomsten plaatsvinden. De geplande activiteiten voor de VVV's en TIP's, zoals de Achterhoek Inspiratiedag en een bezoek aan de Inspiratie- en Gastvrijheidspunten, zijn noodgedwongen geannuleerd. Het kennisprogramma Gastvrij Achterhoek heeft digitaal plaatsgevonden. Ruim vijftig medewerkers en vrijwilligers van de Achterhoekse VVV's en TIP's hebben samen nagedacht over het thema gastvrijheid. In het najaar kon er worden deelgenomen aan de online trainingen 'Hoger scoren in Google' en tekstschrijven.

De introductie van de Achterhoekse vlag heeft het aanbod Achterhoekse merchandise-artikelen in een stroomversnelling gebracht. Een groot aantal aanbieders heeft de VVV's/TIP's van verkoopartikelen voorzien. In 2021 gaan we onderzoeken of uitbreiding van het merchandise-aanbod wenselijk is.

Achterhoek
STICHTING
TOERISME