



Een Heerlijkheid tussen Maas en Waal

Visie op Toerisme in Wijchen 2009-2015

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Hoofdstuk 1: Inleiding en samenvatting	4
1.1 Inleiding.....	4
1.2 Samenvatting	4
Hoofdstuk 2: Aanleiding en doelstelling nota toerisme	7
2.1 Aanleiding.....	7
2.2 Doelstelling.....	7
Hoofdstuk 3: Beleidskaders	8
3.1 Rijsbeleid.....	8
3.1.1 LNV en openluchtrecreatie	8
3.2 Provinciaal beleid	8
3.2.1 Provinciaal MeerjarenProgramma Landelijk Gebied	8
3.2.2 Toerisme nota “Mooi Dichtbij”.....	9
3.3 Beleid van de Stadsregio Arnhem Nijmegen.....	9
3.4 Gemeentelijk beleid.....	10
3.4.1 Toerisme in Tweestromenland 1999	10
3.4.2 Strategische Visie 2025.....	10
3.4.3 Economisch beleidsplan.....	10
3.4.4 Landschap Ontwikkelingsplan	11
3.4.5 Interregionale aanknopingspunten	12
3.5 Conclusie uit de beleidskaders.....	12
Hoofdstuk 4: Economische betekenis van toerisme voor de regio Arnhem Nijmegen.....	14
4.1 Conclusie economisch belang toerisme voor Wijchen.....	14
Hoofdstuk 5: Profiel van de toeristische bezoekers	16
Hoofdstuk 6: Aard en omvang van toeristische producten in Wijchen	17
Hoofdstuk 7: SWOT analyse toeristisch product in Wijchen.....	20
Hoofdstuk 8: Actiepunten	23
8.1 Lopende projecten.....	23
8.2 Nieuwe projecten.....	27
8.3 Actieplan	33
Literatuurlijst.....	41
Bijlage	42

Hoofdstuk 1: Inleiding en samenvatting

1.1 Inleiding

Toerisme heeft een belangrijke economische betekenis. Toeristen geven in de regio Arnhem Nijmegen € 1,2 miljard uit. Dit levert werkgelegenheid op. De gemeente Wijchen heeft voldoende potentie als toeristisch gebied. Van natuur tot cultuur kunnen toeristen een aantrekkelijk aanbod voorgeschoteld krijgen. Het gaat erom dat er een geschikt aanbod voorhanden is waarmee we specifieke doelgroepen kunnen aantrekken. Een goede marketing mag hierbij niet ontbreken.

Toerisme neemt een prominente plaats in binnen de gemeente Wijchen. Het college van b&w noemt toerisme als een van de speerpunten van zijn beleid in de periode 2006-2010. Recreatie en toerisme is een belangrijke economische drager voor een vitaal en landelijk Wijchen.

Deze nota is een uitwerking van recreatie en toerisme uit ons Economisch Beleidsplan 2007-2011 en geldt als opvolger van de nota 'Toerisme in Tweestromenland' uit 1999.

1.2 Samenvatting

Toerisme heeft een belangrijke economische betekenis. Toeristen geven in de regio Arnhem Nijmegen € 1,2 miljard uit. Dit levert werkgelegenheid op. Van de totale werkgelegenheid in deze regio bevindt 5,8% zich in de toeristische sector. Wijchen blijft op dat punt achter met 4,4%.

De doelstelling van het toeristisch beleid in Wijchen is het bevorderen van de werkgelegenheid in Wijchen. Dit willen we realiseren door ervoor te zorgen dat er meer toeristen naar Wijchen komen dat toeristen langer in de gemeente verblijven en hier navenant meer gaan besteden.

De ambitie is om het aandeel werkgelegenheid in de toeristische sector te brengen naar het Gelders gemiddelde van 5,5%. Dat betekent bij gelijkblijvende totale werkgelegenheid een toename van 165 banen in de toeristische sector.

De vraag is hoe we de toeristische bestedingen in Wijchen kunnen bevorderen teneinde de werkgelegenheid in de toeristische sector te bevorderen. Uitgangspunt is het opzetten van een structuur van elkaar beïnvloedende en versterkende toeristische elementen zodat het totaal meer is dan de som der delen. Samen met de relevante actoren in de toeristische sector zou het mogelijk moeten zijn om dit te realiseren.

Uit het bestaande beleid kunnen we drie pijlers afleiden waarop het toerisme in Wijchen rust. Deze zijn: plattelandstoerisme, cultuurtoerisme en toeristische promotie:

- Plattelandstoerisme zorgt voor een economische impuls voor een vitaal platteland.
- Door het bevorderen van het cultuurtoerisme worden nieuwe doelgroepen aangesproken. Verblijfstoeristen met een culturele of cultuurhistorische interesse zijn economisch interessant.
- Een goede toeristische promotie van Wijchen in relatie tot zijn omgeving vergroot de bekendheid onder toeristen en moet zorgen voor bevordering van het bezoek. Want onbekend maakt onbemind. Toeristische afstemming met de regio's Land van Maas en Waal en Rijk van Nijmegen alsmede de Brabantse regio's Noord-Oost Brabant en Land van Cuijk kan het toeristische product versterken.

Aan de hand van deze pijlers is een sterke en zwakte analyse van het toeristisch product in Wijchen uitgevoerd.

De behoefte aan *authenticiteit* is een kans. De authenticiteit van de dorpen en de cultuurhistorie in relatie tot de natuurbeleving is een sterk punt. Op deze onderdelen kunnen we verder inspelen. Toeristen, met name de 50-plussers, kunnen hiermee verleid worden de gemeente te bezoeken. Deze doelgroep is ook economisch interessant. Door in de promotie van Wijchen meer accenten te leggen op authenticiteit van de dorpen en de rijke cultuurhistorie kunnen we deze groepen bereiken.

Een andere kans is de grote behoefte aan wandelen en fietsen. Dit heeft invloed op de veiligheid van de wandel- en fietspaden. Dat is voor de gemeente een zwakker punt. Dat valt te verbeteren door het aanleggen van meer wandel- en fietspaden en door de verbetering van de kwaliteit van de paden. Daarnaast kunnen we meer uitzichts- en informatiepunten, rust- en picknickplaatsen langs de routes realiseren om de bezoekers nog meer van de natuur en de dorpen te laten genieten. Zo wordt het aantrekkelijker om in het gebied te wandelen en te fietsen.

De groepen van 50+ers en de gezinnen met kleine kinderen zijn de grootste groepen die een vakantie in Nederland ondernemen dus daar zal de meeste aandacht naar toe moeten gaan. De steeds veeleisender wordende toerist heeft de meeste invloed op de overnachtingsmogelijkheden en de horecavoorzieningen. Deze zullen hun best moeten blijven doen om aan de eisen van de toerist te blijven voldoen. Door het inspelen op trends en ontwikkelingen en het aanbieden van kwalitatief goede en volledige producten kan aan de wens van de toeristen voldaan worden.

Tot slot is het belangrijk dat Wijchen goed gepromoot wordt. Een nauwe samenwerking met andere partijen op het gebied van toerisme en recreatie is hierbij van belang. Wijchen profiteert van de regiomerken Land van Maas en Waal en Rijk van Nijmegen. In de nieuwe Rijk van Nijmegen campagne wordt, met een kwinkslag naar de Romeinen, de regio gepromoot. "De Romeinen zijn hier al geweest, nu jij nog..." Het regiomerk kan ingezet worden om Wijchen te promoten.

Verschillende actoren menen dat de toeristische samenwerking nog beter kan. In die samenwerking zal dus meer geïnvesteerd kunnen worden. Zo moeten ondernemers kunnen zeggen hoe ze over het toeristische en recreatieve aanbod denken, waar zij verbeterpunten zien en op welke manier de sector het gebied beter zou kunnen promoten. De toeristische sector zal samen met de gemeente moeten investeren in het bevorderen van de toeristische promotie. Enerzijds ontwikkelen we zelf nieuwe producten, anderzijds scheppen we ruimte voor de toeristische sector. De ondernemers hebben de taak die ruimte te gaan benutten en onderling te zorgen voor een versterking van het product. De toeristische ondernemers zullen samen het toeristische aanbod op elkaar moeten afstemmen en arrangementen ontwikkelen. Op die manier kunnen toeristen langer in de gemeente gehouden worden. De gemeente heeft een ondersteunende rol. Zo maken we van het geheel meer dan de som van de losse delen. In de Toeristische Werkgroep Wijchen kan iedere partij zijn zegje kan doen. Daar kunnen bepaalde onderdelen verbeterd worden. Op het gebied van marketing kunnen we gezamenlijk Wijchen promotie aanpakken. Het RBT KAN speelt hierin ook een belangrijke rol.

Om de geformuleerde doelstelling na te streven hebben we al een aantal acties in gang gezet. Deze moeten het toeristische product in Wijchen versterken teneinde meer bezoekers te trekken. Daarnaast stellen we een aantal acties voor die we in de komende jaren willen gaan uitvoeren.

Lopende acties:

1. Stimuleren van kleinschalig kamperen in bestemmingsplan Buitengebied;
2. Instemmen met realisatie aquahotel appartementen in de Loonse Waard;
3. Recreatieve herontwikkeling Berendonck;
4. Recreatieve opwaardering van het haventje in Batenburg;
5. Stimuleren van agrotourisme;
6. Fietsknooppuntennetwerk;
7. Land van de Heerlijkheden;
8. Ontwikkelen recreatief wandelnetwerk;
9. Ontwikkeling natuurvriendelijke oevers met struipaden;
10. Aanleggen vrijliggend fietspad naar Heumen en Beuningen;

11. Planvorming recreatieve verbindingen Wijchen-Beuningen-Nijmegen;
12. Uitbreiding Museum Kasteel Wijchen;
13. Ontwikkeling evenementenbeleid;
14. Regionaal cultuurpact ter stimulering van cultuurtoerisme;
15. Project webmarketing 2.0.
16. Oprichting toeristisch platform Land van Maas en Waal

Voorgestelde acties:

17. Faciliteren van realisatie verblijfsaccommodatie;
18. Voetveer Niftrik-Ravenstein;
19. Recreatieve ontwikkeling Loonse Waard;
20. Aanleggen vrijliggend fietspad Maasbanddijk;
21. Uitvoeren planvorming recreatieve verbindingen Wijchen-Beuningen-Nijmegen;
22. Kunst langs de Maasbanddijk;
23. Romeins erfgoed achter de Limes;
24. Projecten in het kader van Masterplan Dijken en kolken;
25. Ontwikkelen van een Monumentenroute;
26. Ontwikkelen van een sporenboek;
27. Naamsbekendheid van het toeristisch merk Wijchen en Land van Maas en Waal versterken.
28. Toeristische kansen met het Land van Cuijk onderzoeken.

Hoofdstuk 2: Aanleiding en doelstelling nota toerisme

2.1 Aanleiding

In de afgelopen twee decennia zijn er vier rapporten verschenen over toerisme in de gemeente Wijchen. Het meest actuele document is "Toerisme in Tweestromenland" uit 1999.

Alle vier de rapporten hebben tot doel om het toerisme te stimuleren. Ze komen tot de conclusie dat Wijchen het nodige op het gebied van toerisme te bieden heeft, maar dat het potentieel niet voldoende wordt benut en niet optimaal wordt vermarkt. Telkens is de aanbeveling om te komen tot een actiever toeristisch beleid. Het uiteindelijke doel hiervan is om te komen tot een versterking van het toeristische product waardoor de bestedingen bevorderd kunnen worden en als gevolg daarvan er meer werkgelegenheid gegenereerd wordt.

We zijn inmiddels weer een aantal jaar verder sinds het verschijnen van de laatste notitie toerisme. In die tijd is er het een en ander gebeurd op toeristisch gebied. Nieuwe trends, demografische ontwikkeling en technologische vernieuwing hebben zijn invloed gehad op het toeristisch netwerk. Deze nieuwe notitie toerisme is dan ook bedoeld als een actualisering van het ingezette beleid. Hieruit komen concrete acties uit naar voren.

2.2 Doelstelling

De doelstelling in de notitie "Toerisme in Tweestromenland" heeft niet aan kracht ingeboet en geldt ook nu nog. De doelstelling van het toeristische beleid van de gemeente Wijchen is het bevorderen van de werkgelegenheid in de toeristische sector, waarbij tevens aandacht moet blijven voor voldoende goede recreatiemogelijkheden. We streven ernaar dat meer toeristen Wijchen bezoeken die langer in Wijchen verblijven en navenant meer gaan besteden. Dit bevordert de werkgelegenheid.

De vraag is hoe we deze doelstelling kunnen bereiken. De centrale vraag van deze nota luidt dan ook: **Hoe kunnen de toeristische bestedingen in Wijchen bevorderd worden teneinde de werkgelegenheid in de toeristische sector te bevorderen?** En waarbij ook voldoende goede recreatiemogelijkheden blijven.

Uitgangspunt is het opzetten van een structuur van elkaar beïnvloedende en versterkende toeristische elementen, zodat het totaal meer is dan de som der delen. Samen met de relevante actoren in de toeristische sector zou het mogelijk moeten zijn om een samenhangende stimulering van het toerisme te realiseren. Naast kwaliteitsontwikkeling en stimulering staat hierbij ook het creëren van ruimte voor nieuwe ontwikkelingen centraal. Het gemeentelijke beleid zal moeten aansluiten bij de ontwikkelingen in het KAN-gebied en op het provinciaal en landelijk beleid.

Hoofdstuk 3: Beleidskaders

3.1 Rijksbeleid

Er is een aantal ministeries dat zich met recreatie en toerisme bezighoudt. Binnen de rijksoverheid is het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) als eerste verantwoordelijk voor het recreatiebeleid in Nederland. Het toeristisch beleid valt onder het Ministerie van Economie Zaken (EZ). Het toeristische beleid van EZ is er op gericht zoveel mogelijk buitenlandse gasten te verleiden ons land te bezoeken. Het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen (OC&W) houdt zich indirect bezig met toerisme. Kunst en cultuur(historie) dragen bij aan een positief toeristisch klimaat.

3.1.1 LNV en openluchtrecreatie

In 2004 verschenen de Nota Ruimte en de eerste Agenda Vitaal Platteland met aandacht voor recreatie en toerisme op het platteland. Natuur en landschap worden hierin niet alleen beschouwd als een waarde in zichzelf, maar ook als belangrijke waarde voor het welzijn van de mens. Het platteland is met zijn groene ruimte en kenmerkende landschappen en (historische) bebouwing voor veel dagjesmensen en vakantiegangers een aantrekkelijke bestemming.

De toeristische en recreatieve sector is al een belangrijke drager van de plattelandseconomie en heeft de potentie om verder te groeien. Daarnaast hebben recreatie en toerisme ook een belangrijke maatschappelijke betekenis. Er is echter een groot tekort aan voldoende recreatie- en ontspanningsmogelijkheden dicht bij huis en de voorzieningen die er zijn, zijn niet voldoende aangepast aan de eisen en behoeften van deze tijd en aan de diversiteit aan gebruikersgroepen. Ook het recreatief medegebruik van water kan beter. Voor Nederlanders en bezoekers uit het buitenland dienen er voldoende recreatiemogelijkheden te zijn, die bereikbaar en toegankelijk zijn. (zie verder bijlage 1 voor verdere toelichting).

3.2 Provinciaal beleid

Toerisme en recreatie bestaan in Gelderland door de aantrekkelijkheid van natuur, bos en landschap, de waardevolle cultuurhistorische structuren en objecten en de ruime mogelijkheden om van dit alles te kunnen genieten. Recreatie en toerisme zijn economisch gezien van grote betekenis voor de provincie. Ongeveer één op de twintig Gelderse arbeidsplaatsen hangt samen met de sector toerisme en recreatie. Gelderland bestaat vanuit toeristisch perspectief uit vier regio's. De provincie wil deze regio's verder ontwikkelen en uitdragen naar de markt. Voor een goede regiomarketing is marktonderzoek van belang. Ook vergroting van de eenheid en samenwerking binnen en tussen de regio's is belangrijk. De provincie streeft ernaar meer eenheid te brengen in de promotie van het toeristisch product.

3.2.1 Provinciaal MeerjarenProgramma Landelijk Gebied

Een versterking van de economische positie van recreatie en toerisme is van groot belang om de economie van het platteland te versterken. Recreatief medegebruik en belevingswaarde vormen belangrijke pijlers onder een multifunctioneel landelijk gebied. Dit draagt tevens bij aan de verbreding van de plattelandseconomie en de leefbaarheid op het platteland en tevens aan een betere spreiding van de recreatieve druk. Om dit doel te bereiken zet de provincie in op:

- 1) kleinschalige infrastructuur en voorzieningen zoals informatiecentra en de bewegwijzering ten behoeve van toeristische trekpleisters;
- 2) recreatieve infrastructuur zoals die natuurgebieden toegankelijk maakt (fiets-, wandel- en ruitersporen met daarbij behorende kleinschalige voorzieningen zoals informatieborden, schuilhutten, fietssenrekken, picknickbanken en overige voorzieningen, alsmede kleinschalige logiesmogelijkheden);
- 3) ontwikkeling en/of marketing van toeristische diensten gericht op plattelandstoerisme.

3.2.2 Toerisme nota “Mooi Dichtbij”

Twee relevante thema's in deze nota voor Wijchen zijn plattelandstoerisme en cultuurtoerisme.

- Plattelandstoerisme

Plattelandstoerisme omvat alle vormen van toerisme en recreatie waarbij de beleving van het platteland en zijn cultuur centraal staat. Het Gelderse platteland biedt de hedendaagse recreant en toerist de broodnodige rust en ruimte. Met het afwisselende landschap, het streekeigene van de verschillende regio's en de natuur- en cultuurwaarden zijn er voldoende aanknopingspunten voor verdere toeristisch-recreatieve ontwikkeling van het platteland.

Het proces van plattelandsvernieuwing is een zoektocht naar nieuwe en aanvullende economische dragers voor het landelijk gebied. Plattelandstoerisme zorgt voor meerwaarde. Het draagt bij aan productdiversificatie, leefbaarheid van het landelijke gebied en spreiding van bezoekers in tijd en ruimte.

Bij de verdere ontwikkeling van plattelandstoerisme staat de beleving van het platteland als 'sfeerbeeld' centraal. Deze beleving wordt uitgedrukt in goed gastheerschap, gemoedelijkheid, authenticiteit, gezond en actief bezig zijn. Ook onthaasting speelt hierin een rol. Vanuit dit profiel kunnen plattelandstoeristische producten ontwikkeld worden. (zie verdere toelicht in bijlage 2).

- Cultuurtoerisme

Cultuurtoerisme is een relatief nieuw toeristisch-recreatief beleidsveld, waarbij kunst, cultuur en cultuurhistorie ingezet worden om de toeristische aantrekkelijkheid van een gebied te versterken. Hierbij kan ook gedacht worden aan cultuurtoerisme op het platteland. Voorbeelden hiervan in Wijchen zijn de kastelen, molens, Batenburgse Dag, Hernense Stratendag, alsmede de culturele activiteiten in het museumweekend en de monumentendag.

Cultuurtoerisme kan een kansrijke nieuwe economische drager voor het Gelderse platteland worden. Ook ontstaat er meer werkgelegenheid in andere sectoren zoals de kunst- en cultuursector en de bouw (o.a. restauratie). Dit betekent een kwaliteitsimpuls voor cultuur en cultuurhistorie.

Door het individuele karakter van deze vorm van toerisme kan cultuurtoerisme zorgen voor economische groei zonder dat dit ten koste zal gaan van ecologie en leefomgeving. Door de sterke aantrekkingskracht op ouderen biedt cultuurtoerisme kansen voor seizoensverlenging en -spreiding. Ook bestaan grote verwachtingen van bestedingen door cultuurtoeristen. Aangenomen wordt dat zij met hun hogere opleidingsniveau en hogere inkomens een aardige inkomstenbron kunnen genereren.

Bij het kiezen van een bestemming voor een kort of langer verblijf kijkt de consument in eerste instantie naar het totaalproduct van een bepaalde regio. Een gouden regel is dat toeristen een volledige dag of minstens een middag “onder de pannen” willen zijn. In de meeste musea, monumenten en dergelijke is dit niet het geval. De toerist wil ergens naar toe waar hij de regio kan ervaren en beleven. Een regio is het samenspel van toeristische (keten)onderdelen dat bij de toerist overkomt als een geheel: cultuur(historie) in combinatie met de juiste accommodaties, eten, attracties e.d. (ketenvorming). Wanneer bezienswaardigheden en activiteiten middels een aansprekend thema/concept gepresenteerd worden (in plaats van de afzonderlijke kleinere objecten en projecten) gaat het voor de consument meer leven en neemt de toeristische ervaring toe.

Verblijfstoeristen en cultuurtoerisme

Naast de huidige dagrecreanten en verblijfstoeristen zal de provincie zich vooral richten op nieuwe verblijfstoeristen met een culturele of cultuurhistorische interesse. Verblijfstoerisme is namelijk economisch relatief vele malen belangrijker dan dagtoerisme. Bestedingen liggen een factor acht hoger. Naast meer inkomsten zorgt cultuurtoerisme voor meer werkgelegenheid. Investerings van overheid en bedrijfsleven in cultuurtoerisme zijn dus van groot belang voor de (macro)economie.

3.3 Beleid van de Stadsregio Arnhem Nijmegen

Op het gebied van recreatie en toerisme wil de stadsregio inzetten op 'de gezonde regio'. Eenzelfde

vorm van kleinschalige dienstverlening, die we verspreid over de gehele regio terugvinden, is gericht op het beeld van de stadsregio als 'de gezonde, comfortabele regio', ook wel wellness (welzijn) en hospitality (gastvrijheid) genoemd. Deze recreatieve sector is sterk in ontwikkeling en zoekt nieuwe combinaties van zorg, buitenrecreatie, gezondheid en voeding. Sport en educatie, verblijfsrecreatie, studie- en congresfaciliteiten, ontspanning en gezondheidsprogramma's in een groene, relaxte omgeving. Dit vraagt om een aantrekkelijk landschap met een uitgebreid recreatief netwerk van routes.

Het is de ambitie om de belevings- en gebruikswaarde van het landelijk gebied voor alle inwoners van de regio Arnhem Nijmegen te vergroten. Daartoe heeft de aanleg van groen in en om de stad een impuls nodig. Het gaat niet alleen om aanleg van nieuw groen, maar ook om aanpassing van bestaand groen. De urgentie hiervan is groot omdat de recreatiedruk op natuurgebieden toeneemt en de (her)ontwikkeling van groen achterblijft bij de verstedelijking. Uit onderzoek blijkt dat er al tekorten zijn aan recreatief groen. Vergroten van toegankelijkheid van het landelijk gebied is essentieel om het landschap beleefbaar te maken en inzicht te geven in deze rijke bron van verhalen, beelden, herinneringen. Het zichtbaar maken en houden van de rijke cultuurhistorie van de regio is hierbij essentieel.

3.4 Gemeentelijk beleid

De huidige nota toerisme (Toerisme in Tweestromenland) dateert uit 1999. Meer recente uitgangspunten voor het recreatief toeristisch beleid zijn terug te vinden in verschillende beleidsdocumenten. De kapstok is het Economisch Beleidsplan (2007). Verder staat in de Strategische Visie Wijchen 2025 een vermelding. De ruimtelijke inbedding van recreatie en toerisme in het buitengebied is opgenomen in het Landschap Ontwikkelingsplan (LOP).

3.4.1 Toerisme in Tweestromenland 1999

In deze nota wordt de conclusie getrokken dat Wijchen het nodige op het gebied van toerisme te bieden heeft, maar dat het potentieel niet voldoende benut en niet optimaal vermarkt wordt. De aanbeveling wordt gedaan om te komen tot een actiever toeristisch beleid. Het uiteindelijke doel van het toeristisch beleid is om te komen tot een versterking van het toeristische product. Hierdoor kunnen de bestedingen bevorderd worden en kan Wijchen meer werkgelegenheid genereren. Vervolgens noemt de nota concrete aanbevelingen waarvan sommige gerealiseerd zijn. In de laatste jaren hebben we aan het toeristisch product onder meer toegevoegd: kunstroute Kijk op Kunst, realisatie toeristisch voetveer Batenburg Demen, en deelname aan de Liberation Route. (zie verder bijlage 3).

3.4.2 Strategische Visie 2025

Een belangrijke nieuwe economische impuls is de recreatief toeristische ontwikkeling van Wijchen. Dat gebeurt op drie terreinen. Ten eerste worden de recreatieve potenties van het gebied aan de oostzijde van Wijchen versterkt. De Berendonck neemt hierin een centrale plaats in. Als tweede ontwikkelt Wijchen aan de Maas gerelateerde recreatie door hiervoor de goede voorwaarden te scheppen in Batenburg en de Loonse Waard. Tenslotte zet Wijchen in op de ontwikkeling van mogelijkheden voor extensieve recreatie in het landelijk gebied. Dit vergt een goede en aantrekkelijke ontsluiting (wandelen, fietsen, skaten en kanoën) en voorzieningen (rustplekken, bewegwijzering e.d.).

3.4.3 Economisch beleidsplan

In het economisch beleidsplan wordt gesproken over plattelandsvernieuwing in relatie tot toerisme en recreatie:

"Mogelijkheden voor plattelandsvernieuwing zijn met name te vinden op het gebied van natuurontwikkeling, recreatie en toerisme. Hierbij kan gedacht worden aan een uitbreiding van de huidige recreatiemogelijkheden en het creëren van nieuwe kleinschalige recreatieve voorzieningen. Er moet meer aandacht besteed worden aan innovatie en verbetering van de kwaliteit van de toeristisch-

recreatieve sector. Samenwerking met omliggende gemeenten is hierbij wel vereist. Met het oog op toerisme is het toestaan en stimuleren van Bed & Breakfast of kamperen bij de boer een goede optie. Deze accommodaties zijn zowel voor toeristische als zakelijke doeleinden geschikt. Voorkomen dient te worden dat er een overschot aan toeristische en recreatieve mogelijkheden ontstaat.

Recreatie en toerisme kunnen ook voor het centrum van Wijchen met name in de zomer een economische impuls betekenen. Aangezien het centrum een lokale verzorgingsfunctie heeft, is er met name in de zomer(vakantie) een afname van het aantal bezoekers te zien. Voor de Loonse Waard wordt momenteel onderzocht welke mogelijkheden er weggelegd zijn. De aanwezigheid van bedrijven is niet bevorderlijk voor het realiseren van woningbouw en een uitbreiding van recreatie en toerisme. Anderzijds betreft het hier bedrijvigheid die afhankelijk is van aan- en afvoer via het water en waarvoor de Loonse Waard de enige geschikte locatie in Wijchen is.

Het beleid van de gemeente zal zich moeten richten op het realiseren van een actueel bestemmingsplan "Buitengebied". Dit bestemmingsplan moet een heldere visie van de gemeente verwoorden met betrekking tot het buitengebied. Deze visie zal voldoende perspectief moeten bieden aan de "blijvers. Er moet ruimte worden gecreëerd dan wel blijven bestaan voor agrariërs die willen uitbreiden of verplaatsen. Denk hierbij ook aan verplaatsen van bedrijven uit kwetsbare gebieden naar elders.

Tegelijkertijd is er behoefte aan heldere kaders ten aanzien van de mogelijke en wenselijke functieinvulling van vrijgekomen gebouwen en vrijgekomen percelen. De beleidsvisie wonen en werken in het buitengebied kan hiervoor als uitgangspunt dienen."

Met betrekking tot plattelandsvernieuwing worden in het economisch beleidsplan de volgende actiepunten genoemd die van belang zijn voor de verblijfsrecreatie:

- Benoemen beschikbare ruimte voor de agrarische sector

Het is van groot belang dat de gemeente een heldere visie formuleert op de ruimtelijk verdeling van de functies in het buitengebied van Wijchen. Deze visie moet worden opgenomen in het nieuw te maken bestemmingsplan Buitengebied. Voor de agrarische sector is het van belang dat voldoende ruimte voor agrariërs gereserveerd blijft en dat er duidelijkheid en zekerheid komt op welke plaatsen de sector zich kan (blijven) ontplooiën.

- Stimuleren van natuurbeheer en ontwikkeling agrotourisme

Een deel van de agrariërs zoekt zijn heil in verbreding van de activiteiten. Dit betekent dat zij naast inkomen uit agrarische productie proberen neveninkomsten te genereren uit bijvoorbeeld toerisme en recreatie, natuurbeheer of een boerderijwinkel. Stimuleren van dergelijke initiatieven kan profijtelijk zijn omdat het een positief effect kan hebben op de kwaliteit van het buitengebied. Immers de agrarische sector, de natuur en de toeristisch-recreatieve potenties worden in onderlinge samenhang versterkt. Tegelijkertijd is een regisserende rol van de gemeente gewenst om de ontwikkelingen van nieuwe initiatieven in goede banen te leiden.

- Loonse Waard

De Loonse Waard kent reeds een bescheiden toeristisch-recreatieve invulling. Ondanks de aanwezigheid van een industrieterrein liggen hier mogelijkheden om de recreatieve mogelijkheden van het gebied verder uit te bouwen.

Om de hiervoor benoemde actiepunten te realiseren worden de volgende acties voorgesteld:

- benoemen van de beschikbare ruimte voor de agrarische sector;
- stimuleren natuurbeheer en ontwikkeling agrotourisme;
- verdere ontwikkeling toerisme Loonse Waard.

3.4.4 Landschap Ontwikkelingsplan

Het LOP omvat het plangebied van Wijchen, Beuningen en Druten. Voor het buitengebied wordt gesteld dat het een toeristische functie kan vervullen waarbij de bezoekers en verblijfsrecreanten inkomsten genereren voor het gebied. Voor alle recreatief-toeristische ontwikkelingen geldt dat ze

op zorgvuldige wijze in het landschap moeten worden ingepast. Vanzelfsprekend wordt met nieuwe voorzieningen aangesloten bij de karakteristiek van het landschapstype.

In het LOP worden landschappelijke uitgangspunten geformuleerd voor het kleinschalig kamperen (kamperen bij de boer). Kamperen bij de boer dient aan te sluiten bij het recreatieve netwerk. Dus op de oeverwallen, de rivierduinvlaktes, en de oude stroomgeulen. Hierdoor ontstaat een goede aansluiting op recreatieve routes en vice versa. In de kommen vormen recreatieve voorzieningen uitzonderingen. Zij zijn ofwel gekoppeld aan ontgrondingen of versterken de overgang tussen landschapstypen of zijn goed ingepast binnen een bestaand erf.

Op een inrichtingschets staat een overzicht van het recreatieve netwerk in het plangebied. Daarop staat ook vermeld waar (verblijfs)recreatie niet gewenst is vanwege kwetsbare natuurwaarden. In het LOP wordt het aanleggen van wandelroutes om de kernen genoemd ter versterking van het recreatieve (wandel)netwerk. Deze "ommetjes" om de kernen kunnen weer met elkaar verbonden worden tot een doorgaande wandelverbinding.

3.4.5 Interregionale aanknopingspunten

Toeristen stoppen niet bij de gemeentegrens. Ze gaan op bezoek in een bepaalde regio of streek. Wijchen ligt in de (toeristische) regio's Rijk van Nijmegen en Land van Maas en Waal. Het is belangrijk om bij de ontwikkeling van toeristische producten en bij de toeristische promotie regionaal samen te werken teneinde meer toeristen te kunnen bereiken. Het gaat erom dat we de bezoekers naar deze regio trekken en vervolgens hier langer houden. Gemeenten tezamen kunnen een sterker totaalproduct aanbieden dan iedere gemeente afzonderlijk kan. Wij werken op toeristisch vlak samen met de gemeenten in de genoemde regio's

Daarnaast is het interessant om over de regiogrenzen heen te kijken. De oriëntatie is voor Wijchen voornamelijk oost-west gericht: Land van Maas en Waal en Rijk van Nijmegen. Verder naar het oosten ligt tussen de landsgrens en Kleef het gebied De Duffelt. Het Land van Maas en Waal, Rijk van Nijmegen en de Duffelt zijn vanuit landschappelijk en historisch oogpunt met elkaar verbonden. Het is de moeite waarde om de Duffelt op de een of andere manier toeristisch te bereiken. Euregionale samenwerking is interessant voor het bereiken van nieuwe doelgroep toeristen en biedt tevens een bron voor subsidiemogelijkheden.

Een andere interessante oriëntatie is die richting het zuiden. Wijchen grenst aan de provincie Noord-Brabant. "Slechts" gescheiden door de Maas. Vanuit Noord-Oost Brabant en het Land van Cuijk kunnen mogelijk nieuwe doelgroepen worden aangetrokken. Het zijn toeristisch interessante gebieden die in de nabijheid van Wijchen liggen. Een uitwisseling van toeristen over de Maas biedt voor Wijchen en voor Noord Brabant nieuwe kansen. De eerste toeristische aanknopingen met Noord-Oost Brabant zijn inmiddels gemaakt door de realisatie van het voetveer Batenburg Demen en de koppeling van het fietsknooppuntensysteem aan weerszijde van de Maas. Op toeristisch gebied wordt nog niets gedaan in afstemming met het Land van Cuijk.

3.5 Conclusie uit de beleidskaders

Uit de diverse bestaande beleidskaders kunnen drie pijlers gedestilleerd worden waarop het toerisme in Wijchen rust. Deze zijn: plattelandstoerisme, cultuurtoerisme en promotie. De drie onderdelen behoren in samenhang te verkeren.

Plattelandstoerisme zorgt voor een economische impuls voor een vitaal platteland. In het landelijk gebied waar de agrarische bedrijfsvoering onder druk staat, kan het agrotourisme een bron zijn van inkomsten. Kenmerkend voor het plattelandstoerisme is de beleving van het platteland als een rustig en natuur/cultuur landschappelijk gebied. Hierbij kan gedacht worden aan: kleinschalige verblijfsrecreatie (kamperen bij de boer, bed&breakfast); natuurbeleving (wandelen, fietsen); agrotourisme (streekeigen producten), waterrecreatie (watersport).

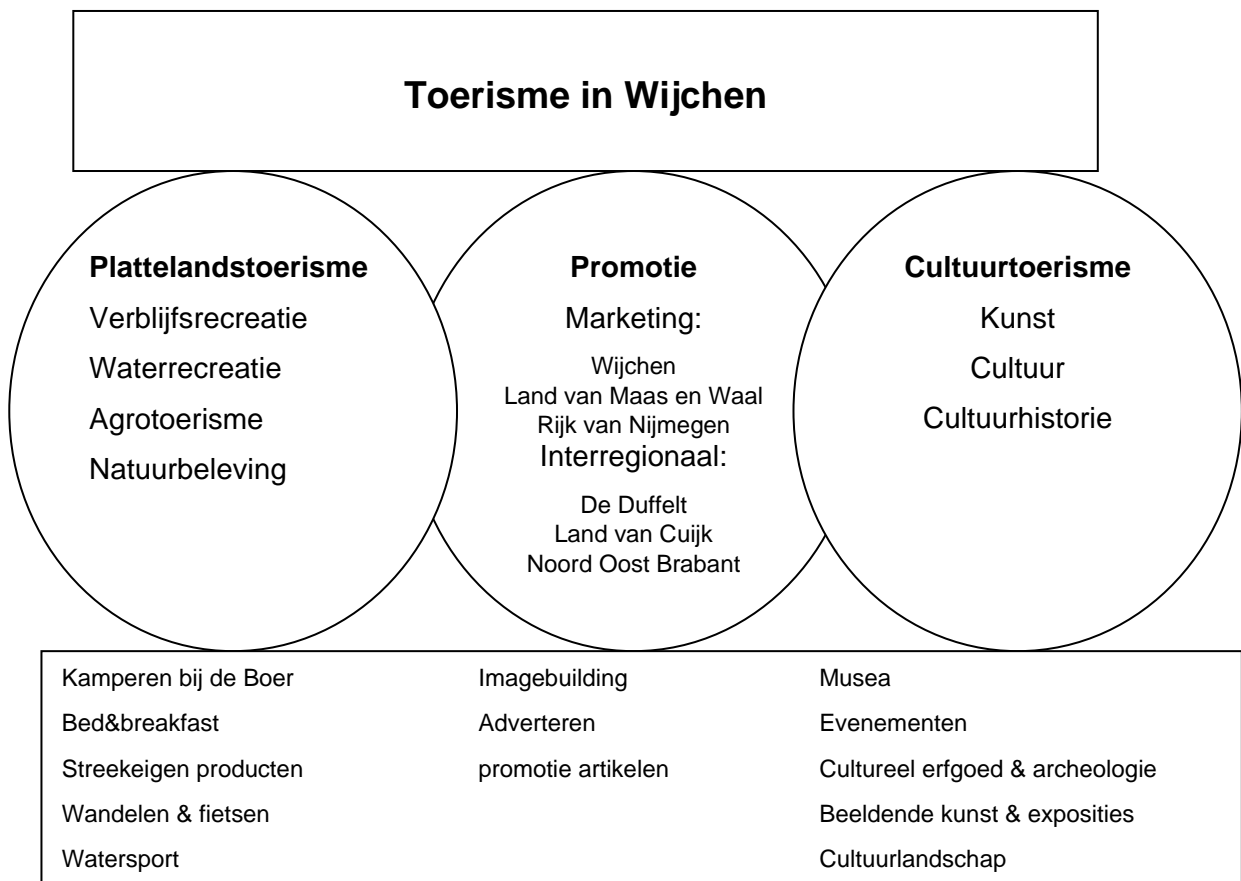
Met cultuurtoerisme kan de toeristische aantrekkelijkheid versterkt worden. Door het bevorderen van het cultuurtoerisme worden nieuwe doelgroepen aangesproken. Verblijfstoeristen met een culturele of cultuurhistorische interesse zijn economisch interessant. Aangenomen wordt dat zij met

hun hogere opleidingsniveau en hogere inkomens een aardige inkomstenbron kunnen genereren. Door de sterke aantrekkingskracht op ouderen biedt cultuurtoerisme kansen voor seizoensverlenging en –spreiding. Bij cultuurtoerisme wordt ingezet op kunst, cultuur en cultuurhistorie. We kunnen denken aan de aanwezigheid van musea, cultureel erfgoed, bijzondere archeologische waarden, evenementen en festivals, en cultuurtoeristische wandel- en fietsroutes.

Er is voldoende potentieel in de gemeente Wijchen om het toerisme te versterken. Met de stimulering van productontwikkeling op het gebied van plattelandstoerisme en cultuurtoerisme kunnen we de toeristische sector versterken. Essentieel hierbij is ook de toeristische promotie van Wijchen. Deze kan nog beter door een gezamenlijke toeristische promotie van de regio. De toerist maakt zijn keuze voor een totaalproduct van een bepaalde regio. Een gouden regel is dat toeristen een volledige dag of minstens een middag “onder de pannen” willen zijn.

We moeten de specifieke identiteit, de waarden en de potenties van de regio benutten bij productontwikkeling en de regionale marketing en promotie. Wijchen profiteert van de regiomerken Rijk van Nijmegen en het Land van Maas en Waal. Deze blik is oost west gericht. Daarnaast is het interessant om te bekijken in hoeverre er kan worden samengewerkt met Noord-Oost Brabant en het Land van Cuijk. Hier liggen kansen om nieuwe bezoekers die in het zuiden zijn, te bereiken.

Afbeelding 1: De pijlers voor het toerisme in Wijchen



Hoofdstuk 4: Economische betekenis van toerisme voor de regio Arnhem Nijmegen

In de beleidskaders wordt aangegeven dat toerisme een belangrijke sector is waar veel bestedingen in om gaan en die een positief effect hebben op de werkgelegenheid in de regio. Uit de Toeristische Monitor 2007 dat in opdracht van het RBT KAN is gedaan door het GOBT kunnen we de economische betekenis van de vrijetijdssector (toerisme en recreatie) waarnemen. Hieronder noteren we uit die monitor een aantal belangwekkende bevindingen.

1. De toeristisch-recreatieve bestedingen in de regio bedragen ruim € 1,2 miljard. Dit levert circa 18.820 banen op, wat gelijk staat aan circa 16.785 fte. Dit is circa 5,7% van de totale werkgelegenheid in de regio. (zie verder bijlage 4).

2. De sector toerisme&recreatie is goed voor zo'n 5,7% van de totale werkgelegenheid in de regio Arnhem Nijmegen. Wijchen blijft achter. Hier heeft T&R een aandeel van 4,4% van de totale werkgelegenheid. Dat is lager dan het Gelderse en het landelijke cijfer. (zie verder bijlage 4).

Tabel 4.1: Werkgelegenheid recreatie en toerisme in aantal banen

	2003	2004	2005	2006	2007
Wijchen	710	730	710	690	680
Gelderland	50.290	50.240	49.970	50.890	52.100

Tabel 4.2: Werkgelegenheid recreatie en toerisme in % van de totale werkgelegenheid

	2003	2004	2005	2006	2007
Wijchen	4,7	4,8	4,8	4,6	4,4
Gelderland	5,5	5,5	5,5	5,6	5,5

In de afgelopen jaren is de werkgelegenheid in de toeristische sector in Wijchen eerst licht gestegen en vervolgens gedaald. In 2007 waren er 30 banen minder ten opzichte van 2003. In Gelderland is eerst een lichte daling geweest en vervolgens een stijging. In 2007 waren er bijna 200 banen meer dan in 2003. Het aandeel toerisme in de totale werkgelegenheid is in Gelderland met 5,5 % constant. In Wijchen ligt het aandeel werkgelegenheid toerisme in de totale werkgelegenheid ruim een procent lager dan de Gelderse score.

3. In de regio Arnhem-Nijmegen vonden in 2007 ruim 1,3 miljoen overnachtingen plaats. Circa een derde van deze overnachtingen heeft een zakelijk karakter, tweederde van de overnachtingen is toeristisch. Het zakelijk verblijfstoerisme levert beduidend meer op per overnachting (€ 71,24 per zakelijke overnachting en € 41,43 per toeristische overnachting). (Zie verder bijlage 4).

4. Toeristische en zakelijke dagtoeristen hebben in de regio Arnhem Nijmegen bijna 1,2 miljard euro uitgegeven. Het grootste deel heeft betrekking op de vrijetijdsactiviteiten (92%), de rest op zakelijk dagbezoek (8%). In totaal levert dit bijna 16.000 banen op. De besteding per zakelijke dagtocht ligt hoger dan de besteding per toeristisch dagtocht (€ 29,00 per zakelijke dagtocht en € 16,69 per toeristische dagtocht). (zie verder bijlage 4).

4.1 Conclusie economisch belang toerisme voor Wijchen

Toerisme heeft een belangrijke economische betekenis voor de regio Arnhem Nijmegen. Toeristen geven in deze regio € 1,2 miljard uit. Dit levert werkgelegenheid op. 5,8% van de werkgelegenheid in deze regio bevindt zich in de toeristische sector. Wijchen blijft op dat punt achter. De toeristische

sector maakt 4,4% uit van de totale werkgelegenheid hier. Dat ligt niet alleen onder het gemiddelde van het Rijk van Nijmegen (7,4%) maar ook onder het Gelderse (5,5%) en landelijke gemiddelde (5,8%). Er ligt een uitdaging om de toeristische bestedingen in Wijchen omhoog te brengen en daarmee de werkgelegenheid. De ambitie is om de werkgelegenheid in de toeristische sector te brengen op het Gelders gemiddelde. Dat betekent bij gelijkblijvende totale werkgelegenheid een toename van 165 banen in de toeristische sector.

Verblijfsrecreatie levert naar verhouding het meeste op. Stimuleren van verblijfsrecreatie is daarom belangrijk. Behalve toeristisch verblijf is ook zakelijk verblijf een interessant aandachtsgebied. Met name hotels en in mindere mate campings zijn gewilde verblijfsaccommodaties voor bezoekers.

De bezoekers besteden het meest tijdens hun dagtocht aan winkelen en uit (eten) gaan. Een aantrekkelijk winkelaanbod/gebied en een gevarieerd horeca-aanbod draagt bij aan het verhogen van de bestedingen. Daarnaast kan voor Wijchen een aantrekkelijk aanbod van actieve buitenrecreatie meer toeristen en daarmee hogere bestedingen opleveren. Dit is interessant voor het vitaal platteland.

Hoofdstuk 5: Profiel van de toeristische bezoekers

In het vorige hoofdstuk staat de economische betekenis van toerisme voor de regio. Interessant is nu de vraag wat het profiel is van deze bezoekers en hoe zij hun toeristische informatie vergaren. In dit hoofdstuk besteden we daar kort aandacht aan. De gegevens zijn wederom afkomstig van de Monitor Vrijtijdseconomie regio Arnhem Nijmegen 2007.

Aanknopingspunten uit de statistieken voor Wijchen

Het profiel van de dag- en verblijfstoeristen komen nagenoeg overeen. De regio Rijk van Nijmegen is vooral aantrekkelijk voor hoger opgeleide ouderen (zonder kinderen) en gezinnen met kinderen jonger dan 12 jaar. Die categorieën bezoeken bovengemiddeld deze streek. Gezien het toenemend aandeel ouderen in de samenleving, vormen zij een belangrijke doelgroep. Deze groep is actief, heeft tijd en geld.

Veel dagtoeristen komen uit de regio en Gelderland zelf. De activiteiten die zij ondernemen verschillen niet zo veel met de activiteiten die dagtoeristen van buiten de regio ondernemen alsmede van de verblijfstoeristen. We kunnen dus concluderen dat bij het bevorderen van toeristische bestedingen door het versterken van het toeristisch product, ook voldoende goede recreatiemogelijkheden blijven.

Daarnaast is het een belangrijk gegeven dat de zakelijke toeristen veelal naar Nijmegen gaan voor bezoek. De nabijheid van Wijchen is daarom interessant om deze groep naar onze gemeente te trekken voor verblijf of toeristische activiteiten.

De feiten en cijfers onderschrijven de peilers waarop het toerisme in Wijchen kan steunen. Sterke punten voor het Rijk van Nijmegen zijn:

- Dagtoeristisch aanbod met een 1^e plaats op het gebied van golf, een 2^e plaats op het gebied van musea en bezienswaardigheden en een 3^e plaats op het gebied van de routegebonden buitenrecreatie.
- Een goede mix van verblijfsrecreatief aanbod. In de regio wordt met name gebruik gemaakt van hotelovernachtingen. Daarnaast hebben campings ook een relevant aandeel.
- Veel mensen associëren de regio met natuur, landschap en cultuurhistorie.
- De belangrijkste toeristische activiteit is winkelen.

De sterke punten sluiten aan bij de pijlers cultuurtoerisme en plattelandstoerisme. Met de aanwezigheid van cultuurhistorie, natuur en landschap moet het mogelijk zijn via een goed ontsloten toeristisch netwerk de toeristen, en dan met name ouderen, te bewegen om naar Wijchen te komen.

Het is opvallend dat de naam Land van Maas en Waal grote bekendheid geniet. De naam scoort vele malen hoger dan het merk Rijk van Nijmegen. In de praktijk leidt de naamsbekendheid niet tot een significante toestroom van toeristen. Hier valt dus nog een slag te winnen.

Hoofdstuk 6: Aard en omvang van toeristische producten in Wijchen

Plattelands- en cultuurtoerisme zijn de speerpunten binnen het toeristische beleid. Daarnaast is een goede marketing van essentieel belang om het toeristisch product te verkopen en daarmee de toeristen naar de gemeente te trekken. In dit hoofdstuk wordt weergegeven wat er op dit moment in de gemeente Wijchen te vinden is aan toeristische producten.

* Verblijfstoeristisch aanbod

Tabel 6.1: Verblijfstoeristisch aanbod:	Aantal	Omvang
mini campings (<25 plaatsen)	4	72 plaatsen
Campings (> 25 plaatsen)	1	8 hectare
Hotels	2	122 bedden
Bed&Breakfast	9	43 bedden
Bungalows / appartementen / particuliere vakantiewoning	3	98 wooneenheden
Groepsaccommodaties	4	68 bedden

Zie nadere informatie in de bijlage

* Dagtoeristisch aanbod:

In het Onderzoeksrapport Toeristisch en Recreatief aanbod gemeente Beuningen en Wijchen wordt een opsomming gegeven van het dagtoeristisch aanbod. Hieronder volgt daarvan een overzicht.

Routegebonden recreatie:

Recreatieve activiteiten op het gebied van wandelen, fietsen, paardrijden en skeeleren worden in dit onderzoek ondergebracht onder de noemer routegebonden recreatie. In 2004 hebben in de gemeenten Beuningen en Wijchen ruim 77.000 mensen een routegebonden dagtocht gemaakt.

In de gemeenten Beuningen en Wijchen zijn verschillende mogelijkheden om te wandelen, fietsen, paardrijden, skeeleren, skelteren enz. De natuur in dit gebied leent zich erg goed voor deze vormen van recreatie. De natuur is namelijk erg afwisselend en er zijn een groot aantal bezienswaardigheden te zien in het gebied. Het gebied kenmerkt zich vooral door de authenticiteit van de dorpen en gebouwen.

Tabel 6.2: Aantal uitgezette routes	Wandelen	Fietsen	Paardrijden
Door gemeente	3	2	0
Door overigen	n.b.	9	1
<i>Totaal</i>	<i>n.b.</i>	<i>11</i>	<i>1</i>

Actieve niet routegebonden dagrecreatie buiten:

1. Recreatiegebied **De Berendonck**
2. Speeltuin **De Blije Dries**.
3. Het **Hof van Kaatje**
4. **Forellenkwekerij De Forel**
5. **Skicentrum De Wijchense Berg**.

Niet routegebonden dagrecreatie binnen:

1. Bioscoop **Cinema Roma** met 3 zalen en 261 stoelen.
2. Bowling- en Partycentrum **St. Frans** in Alverna.
3. Zwembad **De Meerval**.
4. Binnenspeeltuin **Jungle Town**.

Jachthavens:

1. In Niftrik bevinden zich **Jachthaven De Batavier** en **Hoogeerd**.
2. In Batenburg is de **Jachthaven 't Haventje** gelegen.

Agrotoerisme

1. diverse (boerderij)bedrijven die streekeigen producten verkopen, zoals Kaas- en Zuivelboerderij de **Diervoort**, in Wijchen en **Fruitbedrijf Berbenfruit** in Bergharen.

Winkelaanbod:

De detailhandelstructuur in Wijchen bestaat uit Wijchen-centrum, drie winkelcentra met een buurt-/wijkverzorgende functie (Achterlo, Zuiderpoort, Wijchen-Noord), een perifeer cluster van woonzaken (Woondrôme Wijchen) en verspreid gelegen aanbod. Daarnaast beschikken de tot de gemeente behorende dorpen ieder ook nog over enige bewinkeling.

In Wijchen zijn 245 winkels. In de andere kernen zijn in totaal 15 winkels. Het aanbod is kleiner dan andere gemeenten van vergelijkbare grootte. Met name winkelaanbod van niet-dagelijkse artikelen zijn minder aanwezig. Een verklaring is het op korte afstand gelegen concurrerend aanbod. Vooral het aanbod in Nijmegen (centrum, Dukenburg, Novium) kan genoemd worden.

*Cultuurhistorie:*1. Molens

De gemeente Wijchen heeft vier molens, namelijk Molen Batenburg in Batenburg, de Hernense Molen in Hernen, Molen Alverna, en de Wijchense Molen in Wijchen.

2. Museum Kasteel Wijchen

In het kasteel in Wijchen is het enige museum van de gemeente Wijchen gevestigd. Het museum heeft een verzameling van prehistorische, Romeinse en middeleeuwse voorwerpen uit Wijchen en omgeving. Daarnaast biedt het Museum Kasteel Wijchen een afwisselend programma van wissel-tentoonstellingen op het gebied van hedendaagse kunst, regionale geschiedenis en archeologie. Museumtuin 'De Tuun' met kruiden en landbouwgewassen is een verlengde van de archeologische collectie en vormt het openluchtdeel van het museum.

3. Kastelen

In de gemeente Wijchen zijn twee kastelen te vinden, Kasteel Hernen in Hernen en Kasteel- Raadhuis in Wijchen. Bovendien zijn er in Batenburg nog de restanten te zien van het kasteel.

4. Monumenten

In het dorp Batenburg hebben de meeste panden de status van monument. Wijchen heeft ook een aantal monumenten. Het Vredesmonument is er één van. Wijchen heeft onder andere een monument dat herinnert aan de watersnoodramp van 1926, dit monument heet het Watersnoodmonument. Verder zijn er in de gemeente Wijchen nog andere monumenten te bezichtigen.

Horeca:

Tabel 6.3	Restaurants	Cafés	Zalencentra
Aantal	8	12	2

Evenementen:

Wijchen heeft weinig evenementen die landelijke bekendheid hebben. De Nijmeegse Wandelvierdaagse is een belangrijk evenement met landelijke bekendheid. Zo is alleen het feit al dat de verblijfsaccommodaties op die manier meer boekingen krijgen een positief effect. Daarnaast levert het Emporium festival op de Berendonck vele bezoekers op. Welk economisch effect dit evenement heeft voor Wijchen is niet bekend. Grote evenementen met regionale bekendheid zijn de Kasteel-feesten en de Wijchense kermis. Voor het overige worden evenementen georganiseerd met een lokale bekendheid.

Hoofdstuk 7: SWOT analyse toeristisch product in Wijchen

In opdracht van RBT KAN en de gemeente Wijchen is een toeristisch onderzoek uitgevoerd door Oosterveld (zie rapport in de bijlage). Toeristen en toeristische ondernemers zijn gevraagd naar hun mening over het toeristisch product. Gekoppeld aan de bevindingen in de vorige hoofdstukken is een sterkte / zwakte analyse gemaakt. Die geeft de basis voor de aanbevelingen.

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Afwisselende natuur. • Aanwezigheid van het rivierenlandschap. • Aanwezigheid van rust en ruimte. • Authenticiteit van de dorpen. • Rijke cultuurhistorie. • Goede bereikbaarheid met eigen vervoer. • Vrij groot aanbod van T&R producten voor kleine kinderen. • Bereikbaarheid van een recreatieplas. • Het fietsknooppuntensysteem. • Gastvrijheid van de lokale ondernemers en bevolking. • Aanwezigheid van een treinstation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrij weinig en met name kleinschalige overnachtingsmogelijkheden. • Beperkte openingstijden van de horecagelegenheden. Veelal alleen in de avonden geopend en in de wintermaanden vaak gesloten. • Beperkte openingstijden van het overdekte zwembad. • Beperkt aantal vrijliggende recreatieve fietspaden in het buitengebied. • Weinig aanbod wellness-toerisme. • Weinig aanbod voor jongeren tot 25 jaar. • Matige bereikbaarheid van de dorpen met het openbaar vervoer. • Voor bezoekers is het niet duidelijk wat Wijchen als toeristische plek te bieden heeft.
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Toenemende behoefte aan authenticiteit. • Toenemende vraag naar rust, ruimte en agrotourisme. • Grote behoefte wandelen en fietsen. • Aantal 50-plussers neemt toe. • Positieve toekomstverwachtingen voor bungalowparken. • Hoog aantal binnenlandse vakanties door gezinnen met kleine kinderen. • Veel vraag naar arrangementen gezondheid en wellness. • Samenwerking van ondernemers op gebied van arrangementen. • Meer buitenlandse toeristen komen via Airport Weeze. • Toeristische marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toeristen verwachten veel flexibiliteit. • Toeristen zijn steeds meer op zoek naar een bepaalde belevenis. • Vervuiling van natuur en verstedelijking. • Toeristen hebben steeds hogere verwachtingen en worden steeds veeleisender. • De ligging nabij Nijmegen beperkt ontwikkelingsmogelijkheden voor het winkelaanbod in Wijchen-centrum. • Goedkoper wordende buitenlandse vakanties (bijvoorbeeld via Airport Weeze). • Slechte weersomstandigheden.

Confrontatiematrix

In een veel gebruikte methode om tot de belangrijkste kwesties te komen, zijn per onderdeel van de SWOT, de drie belangrijkste aspecten gekozen. Deze aspecten zijn in de onderstaande confrontatiematrix ingevuld. De aspecten zijn aan elkaar gekoppeld en aan elke kans en bedreiging zijn door de auteur, naar aanleiding van de resultaten uit het onderzoek, de waarden 1, 3 en 5 toegekend naar de invloed en mate waarop het van toepassing is. De waarde 5 geeft dus aan dat de betreffende sterkte of zwakte het meeste van toepassing of invloed is op de betreffende kans of bedreiging. Op die manier ontstaan er strategische acties die ondernomen kunnen worden. Het onderstaande schema geeft deze waardetoekenning weer.

		Kansen			Bedreigingen		
		Behoeft aan au- thenticiteit	Grote be- hoeft wandelen en fietsen	Toename aantal 50+ ers	Goedkope buiten- landse vakanties	Veelei- sende consu- menten	verstede- lijking
Sterk- tes	Natuur		3	3			3
	Authenticiteit dor- pen	5	1	5			5
	Cultuurhistorie	3		5	1		
Zwak- tes	Overnachtings- mogelijkheden	1			5	5	
	Horeca voorzie- ningen				3	3	
	Veiligheid wandel- en fietspaden		5				

De zes kansen en bedreigingen die van invloed zijn op de sterke en zwakte punten van Wijchen zijn hieronder beschreven. Tevens staat er bij ieder punt een aanbeveling geformuleerd.

De behoefte aan *authenticiteit* is volgens het onderzoeksrapport een kans. Wat opvalt uit dit schema is dat de authenticiteit van de dorpen een sterk punt is. Bovendien is ook de cultuurhistorie hieraan gekoppeld. Dat houdt dus in dat we op deze punten kunnen inspelen en verder uitbuiten. Door het promoten van de authenticiteit en de rijke cultuurhistorie van de dorpen, kunnen we meer mensen, met name de 50-plussers, verleiden de gemeente te bezoeken.

De grote behoefte aan wandelen en fietsen heeft invloed op de veiligheid van de wandel- en fietspaden. Dat is voor de gemeente een zwakker punt. Dat punt is te verbeteren door het aanleggen van meer vrijliggende wandel- en fietspaden langs de drukke wegen en door de verbetering van de kwaliteit van de paden. Een voorbeeld van een recreatief onprettige fietsverbinding is de weg over de Maasbanddijk.

De afwisselende natuur is ook een sterk punt waar we op in kunnen spelen. Zo kunnen we meer uitzicht- en informatiepunten, en rust- en picknickplaatsen langs routes realiseren. Hierdoor kunnen de bezoekers nog meer van de natuur en de dorpen genieten en wordt het aantrekkelijker om in het gebied te wandelen en te fietsen.

De toename van het aantal 50+ers in Nederland en de meeste andere Europese landen is volgens het schema gekoppeld aan de authenticiteit van de dorpen, de natuur en de cultuurhistorie. Dit zijn sterke punten. Door op deze sterke punten het accent te leggen bij de 50+ers is het mogelijk dat deze leeftijdsgroep meer geïnteresseerd raakt in de gemeente. Het kenbaar maken bij 50+ ers kan op verschillende manieren. Als deze doelgroep de gemeente bezoekt, zal ze gebruik maken van het toeristisch en recreatieve aanbod. Dat pakt vervolgens ook weer positief uit voor de horecagelegenheden en verblijfsaccommodaties. Het aanbod aan verblijfsaccommodaties zal dan wel moeten meegroeien met het aantal toeristen.

De bedreiging van de goedkope buitenlandse vakanties is het meest van invloed op de overnachtingsmogelijkheden. Die zullen door deze ontwikkeling minder gasten ontvangen, doordat er meer mensen naar het buitenland gaan. Bovendien heeft dit ook enigszins invloed op de horecavoorzieningen omdat ook zij minder gasten zullen ontvangen. Door goed op bepaalde doelgroepen in te spelen (voornamelijk de 50+ers en gezinnen met jonge kinderen) en door het aanbieden van relatief goedkope en kwalitatief goede producten kunnen ondernemers concurreren met de goedkope buitenlandse bestemmingen en kunnen er blijvend bezoekers naar het gebied getrokken worden. Hierbij zullen de verblijfsaccommodaties, de horecavoorzieningen en de rest van het toeristisch- recreatieve aanbod constant op de trends en ontwikkelingen moeten blijven inspelen. De groepen van 50+ers en de gezinnen met kleine kinderen zijn de grootste groepen die een vakantie in Nederland ondernemen dus daar zal de meeste aandacht naar toe moeten gaan.

De steeds veeleisender wordende consument heeft de meeste invloed op de overnachtingsmogelijkheden en de horecavoorzieningen. Deze zullen hun best moeten blijven doen om aan de eisen van de consument te blijven voldoen. Door het inspelen op trends en ontwikkelingen en het aanbieden van kwalitatief goede en volledige producten kan aan de wens van de toeristen en recreanten voldaan worden.

Naast de punten die uit de bovenstaande confrontatiematrix naar voren zijn gekomen, is er, zoals in de SWOT- analyse te zien is, nog een belangrijk punt voor het toeristische- recreatief beleid van Wijchen.

Gebiedsmarketing

Het is belangrijk dat het gebied waar Wijchen ligt goed gepromoot wordt. Dat betekent dat er nauw samengewerkt moet worden op het gebied van toerisme en recreatie met andere partijen. Dat betekent dat gemeenten, lokale ondernemers en andere betrokken partijen zich moeten kunnen vinden in het vastgestelde regiomerk. Wijchen profiteert van de regiomerken Land van Maas en Waal en Rijk van Nijmegen. In de nieuwe Rijk van Nijmegen campagne wordt, met een kwinkslag naar de Romeinen, de regio gepromoot. "De Romeinen zijn hier al geweest, nu jij nog..." Het regiomerk kan ingezet worden om Wijchen landelijk te promoten. Zo past binnen de Romeinen campagne het uitbrengen van de kunstroute met de slogan: "De Romeinen genoten hier al van kunst, nu jij nog!"

Verschillende actoren menen dat de toeristische samenwerking nog beter kan. In die samenwerking zal dus meer geïnvesteerd kunnen worden. Zo moeten ondernemers kunnen zeggen hoe ze over het toeristische en recreatieve aanbod denken, waar zij verbeterpunten zien en op welke manier de sector het gebied beter zou kunnen promoten. De toeristische sector zal samen met de gemeente moeten investeren in het bevorderen van de toeristische promotie. De toeristische ondernemers zullen samen het toeristische aanbod op elkaar moeten afstemmen en arrangementen ontwikkelen. Op die manier kunnen toeristen langer in de gemeente gehouden worden. Door goede overleggen in de Toeristische Werkgroep waar iedere partij zijn zegje kan doen, kunnen bepaalde onderdelen verbeterd worden. Gezamenlijk kunnen we Wijchen binnen de regiomerken vermarkten. Het RBT KAN speelt hierin ook een belangrijke rol.

Hoofdstuk 8: Actiepunten

De voorgaande hoofdstukken hebben we laten zien wat de toeristische beleidsuitgangspunten zijn, hoe de toeristische vraag en het aanbod in Wijchen en de regio is opgebouwd, welke sterke en zwakke punten er zijn, en waar kansen en bedreigingen liggen. Op grond daarvan presenteren we een lijst met acties die we willen gaan uitvoeren om het toeristisch product te versterken teneinde meer toeristen naar Wijchen te krijgen die langer in het gebied blijven en meer uitgeven. Hierdoor stijgen de toeristische bestedingen en daarmee de werkgelegenheid in de toeristische sector.

8.1 Lopende projecten

Plattelandstoerisme

Verblijfsrecreatie

De meeste bezoekers komen voor een korte vakantie naar deze regio. Zij overnachten vaak in een hotel of op de camping. Verblijfstoeristen leveren hogere bestedingen op dan dagtoeristen. Het is daarom aantrekkelijk om te zorgen dat deze groep in de gemeente kan verblijven. Goede en voldoende overnachtingsmogelijkheden zijn daarvoor nodig.

1. Kleinschalig kamperen.

Ter stimulering van een vitaal platteland willen we het aanbod van kleinschalig kamperen (bijvoorbeeld kamperen bij de boer) als nevenactiviteit faciliteren door in het bestemmingsplan buitengebied hiervoor de mogelijkheid op te nemen. Hierdoor kunnen ondernemers die in het buitengebied wonen op hun grond ruimte bieden aan kleinschalig kamperen. In het bestemmingsplan buitengebied wordt aangegeven waar kleinschalig kamperen is toegestaan en onder welke voorwaarden. We willen slechtst het meest noodzakelijke regelen. Verder laten we de vrije markt zijn werk doen. De markt reguleert zichzelf.

2. Aquahotel in de Loonse Waard.

In de Loonse Waard faciliteren we de bouw van 70 "aqua hotelappartementen". Het betreft een uniek project in Nederland. Met een dergelijke verblijfsaccommodatie kan Wijchen zich onderscheiden. De hotelappartementen worden aan/op het water gerealiseerd. Vanwege het unieke karakter/locatie van de appartementen verwachten we een positieve ontwikkeling op het aantal verblijfstoeristen. De ontwikkeling van het hotel past in de doelstelling om de Loonse Waard toeristisch verder te ontwikkelen. Bovendien komt het tegemoet aan de behoefte van verblijfstoeristen om voldoende hotelaccommodaties in het Rijk van Nijmegen. De opbrengsten van de grondverkoop kunnen ingezet worden als cofinanciering ter stimulering van recreatieve ontwikkelingen in het gebied.

Waterrecreatie

3. Herontwikkeling Berendonck

De recreatiegemeenschap Veluwe (RGV) heeft plannen om de Berendonck een recreatieve impuls te geven. Wij willen hier aan meewerken. De bedoeling is om in te spelen op de veranderde recreatieve wensen en behoeften bij de recreatieplas. Bij de ontwikkelingsvisie Berendonck wordt gekeken hoe seizoensverlenging gerealiseerd kan worden. Op de het recreatiegebied zullen toevoegingen en verbeteringen worden aangebracht ten behoeve van dagrecreatie en verblijfsrecreatie.

4. Herontwikkeling haventje Batenburg

In het kader van het natuurproject "ruimte voor de rivier" bij Batenburg wordt tevens het haventje onderhanden genomen. De bedoeling is om hier de recreatieve voorzieningen te versterken. Dat betekent dat de haveninrichting wordt opgeknapt. Ook het voetveer en de jaarlijks maximaal 7 keer aan te leggen partyboot zijn onderdeel van de haveninrichting. Voor de aanleg van de totale infrastructuur (ook fietspaden) en de daarbij toenemende recreatieve mogelijkheden voor fietsers en wandelaars wordt nog onderzocht of en in hoeverre aanvullende subsidies verkregen kunnen worden.

Agrotoerisme

5. Kleinschalige toeristische activiteiten als nevenfunctie

In het nieuwe bestemmingsplan buitengebied wordt het mogelijk gemaakt voor agrariërs om kleinschalige economische activiteiten te ontplooiën op het gebied van recreatie en toerisme. Hierbij moet gedacht worden aan de verkoop van streekeigen producten bijvoorbeeld.

Natuurbeleving

Natuur is een belangrijk toeristisch product in Wijchen. Vaak in combinatie met cultuurhistorie worden projecten opgezet die de toeristisch-recreatieve mogelijkheden van het buitengebied in Wijchen bevorderen.

6. Ontwikkeling fietsknooppuntennetwerk

In opdracht van de Stadsregio Arnhem Nijmegen is het fietsknooppuntensysteem ontwikkeld. Het recreatieve netwerk is een versterking van het toeristisch product en maakt het gebied toegankelijk voor recreatieve fietsers. Het netwerk haakt aan bij het Brabantse netwerk bij het pontje Batenburg en bij de brug over de Maas bij Niftrik. Met name via het toeristisch aantrekkelijke voetveer kunnen zo de recreanten en toeristen uit Brabant bereikt worden. Ten westen zal het netwerk verknoot worden met het nog aan te leggen routenetwerk in het Rivierengebied.

We hebben bij de stadsregio voor elkaar gekregen dat elk knooppunt wordt voorzien van een onderbord met cultuurhistorische informatie van de omgeving. De teksten van de onderborden hebben we speciaal hiervoor laten maken.

In 2009 zal het netwerk definitief voltooid zijn en gaat RBT KAN beginnen met de promotiecampagne voor de regio. Onder andere door middel van de website www.lekkerfietsen.nl.

7. Land van de Heerlijkheden

De in de vroege Middeleeuwen ontstane Heerlijkheden (kleine bestuurlijke eenheden onder een heer) vormen de ankerpunten van dit project, zowel historisch als landschappelijk. We hopen hiermee het Land van Maas en Waal, Rijk van Nijmegen en de Duffelt (het gebied tussen de Duitse grens en Kleef) voor inwoners en toeristen meer inzichtelijk te maken. Het gaat historisch en landschappelijk gezien om één gebied. De "Heerlijkheden" waren lang samen met de kerk de bepalende machtsfactor in dit gebied. Landschappelijk houden ze de hoofdstructuur van het laagterras waarin we wonen vast.

Het Geldersch Landschap gaat zogenaamde thema-routes (Land van de Heerlijkheden) uitzetten en opnemen op de website "Mooi Gelderland" en op de websites van beide RBT's. Bij de nadere uitwerking van de fietsroutes zal rekening worden gehouden met het nieuw ontwikkelde fietsknooppuntensysteem. Afgestemd op de fietsroutes wordt er ook gewerkt aan wandelroutes. Dit zijn de ommetjes om de dorpskernen die de oude kerkepaden nieuw leven inblazen. In oktober 2008 heeft het Geldersch Landschap de eerste route gerealiseerd, te weten de Templet route bij Bergharen.

In de Vlaamse Schuur in Leur wordt een bezoekerscentrum annex infocentrum gerealiseerd. In 2010 zal deze de deuren gaan openen. Hier kunnen toeristen en recreanten cultuurhistorische en landschappelijke informatie krijgen over het gebied. Van hieruit gaan de fietsroutes het gebied in. Het infocentrum biedt ook ruimte aan een cultureel erfgoed studiecentrum en een landschapswinkel voor streekeigen producten en koffie. Behalve op toeristen richt het bezoekerscentrum zich ook op scholen door cultureel erfgoed educatie aan te bieden.

In het project wordt samengewerkt met de gemeenten in het Land van Maas en Waal, diverse lokale historische partijen en toeristische ondernemers. In de Heerlijkheden zelf gaan per toerbeurt mini-exposities gehouden worden.

8. Ontwikkeling recreatief wandelpadennetwerk

In het kader van het Landschapsontwikkelingsplan worden diverse ommetjes om de kernen ontwikkeld. Hierbij wordt samengewerkt met de lokale leefbaarheidsgroepen en het Geldersch Landschap.

De ommetjes worden onderling verbonden en met de fietsroutes van de Heerlijkheden. (zie bovenstaand project). De routes worden uitgegeven bij het Geldersch Landschap.

9. Ontwikkeling natuurvriendelijke oevers

Rijkswaterstaat ontwikkelt langs de Maas natuurvriendelijke oevers. Deze worden ook toegankelijk gemaakt voor recreanten door struinpaden.

10. Aanleggen vrijliggende fietspaden naar Heumen en Beuningen

Ter versterking van het fietsnetwerk gaan we twee nieuwe vrijliggende fietsverbindingen aanleggen naar Heumen en Beuningen. Beide fietspaden hebben het doel om meer en veilige recreatieve fietsroutes voor recreanten en toeristen aan te leggen, teneinde het recreatieve fietsroutenetwerk te versterken.

Om het regionale fietsnetwerk compleet te maken zal de ontbrekende schakel tussen Wijchen en Beuningen worden aangelegd. In Wijchen zal het fietspad vanaf Randweg Noord langs de Schoemaker naar bedrijventerrein Bijsterhuizen naar de Wilhelminalaan gaan. Naar verwachting kan eind 2009 worden gestart met de aanleg. Het fietspad is dan in 2010 klaar voor gebruik. De kosten van het fietspad voor Wijchen zijn geraamd op € 1,2 miljoen.

Het fietspad naar Heumen zal aangelegd worden langs de Heumenseweg. Ter plaatse zijn gronden van Staatsbosbeheer noodzakelijk om dit fietspad te realiseren. Grondverwerving, flora en fauna onderzoeken en groencompensatie zijn trajecten die doorlopen moeten worden teneinde dit fietspad te realiseren. Naar verwachting kan eind 2009 worden gestart met de aanleg. Het fietspad is dan in 2010 klaar voor gebruik. De kosten van het fietspad bedragen € 8 ton.

11. Ontwikkeling strategisch document “Recreatieve verbindingen Wijchen-Beuningen-Nijmegen”

In het LOP is geformuleerd dat de toegankelijkheid van het buitengebied versterkt moet worden. routestructuren en mogelijke verbindingen tussen Nijmegen en het buitengebied dienen daartoe onderzocht te worden. naar aanleiding van het LOP zijn de gemeenten Nijmegen, Wijchen en Beuningen gestart met de voorbereidingen van dit project.

De doelstelling van het project is drieledig:

- recreatieve aansluitingen definiëren tussen Wijchen, Beuningen en Nijmegen en bestaande en nog te ontwikkelen fietsroutes/wandelpaden in het buitengebied.
- Voorstellen voor het verbeteren van de kwaliteit en aantrekkelijkheid van routes en verbindingen in het buitengebied.
- voorstellen voor verbeteren van de bekendheid van bestemmingen en routes in het buitengebied.

Het resultaat van dit project bestaat uit een strategisch document dat zowel voor de korte als de lange termijn ruimtelijke kansen laat zien om recreatieve verbindingen te realiseren tussen Beuningen, Wijchen, het omringende buitengebied en de westzijde van Nijmegen. Het gaat hierbij ook nadrukkelijk om het leggen van relaties met lopende projecten waarin routes worden ontwikkeld. Zoals voor Wijchen bijvoorbeeld ontwikkelingen op de Berendonck en het Land van de Heerlijkheden. Ook wordt in het document aangegeven op welke wijze communicatie over routes in het buitengebied en verbindingen met de kernen georganiseerd kan worden.

Het bovenliggend doel van dit project is om bewoners en toeristen uit de dorpen en de wijken aan de westzijde van Nijmegen naar het buitengebied te trekken.

Cultuurtoerisme

Cultuur

12. Ontwikkeling evenementenbeleid

Het doel van de beleidsontwikkeling is het vertalen van de huidige praktijk naar een transparant, klantvriendelijk, efficiënt en effectief beleid. Er wordt aansluiting gezocht bij de huidige praktijk: het

goede dient te worden behouden. Wel is het zo dat (bestaande) regels eenduidig en expliciet worden vastgelegd. Daar waar lacunes bestaan vindt aanvullende regeling plaats, bijvoorbeeld ten aanzien van de thema's veiligheid, subsidies en beheer.

In het evenementenbeleid kunnen we ook vastleggen dat commerciële evenementen terreinen kunnen huren tegen een marktconforme prijs. Nu is dat niet het geval. Er worden leges in rekening gebracht. Feitelijk is er verder sprake van een huur om niet. De inkomsten die deze evenementen genereren kunnen we aanwenden om waardevolle evenementen die met beperkte middelen worden georganiseerd, te subsidiëren.

13. Uitbreiding Museum Kasteel Wijchen

Per januari 2009 hebben we aan het Museum Wijchen delen van de eerste verdieping van het Kasteel Wijchen verhuurd. Door deze uitbreiding kan het museum meer activiteiten ontwikkelen teneinde meer bezoekers te trekken.

Doordat we de ruimte op de eerste verdieping de bestemming museum hebben gegeven, dragen we bij aan het streven om het kasteel terug te geven aan de inwoners en meer toegankelijk te maken voor bezoekers. Zodra het nieuwe gemeentekantoor gereed is, komt het kasteel in zijn geheel vrij. Dan zal de discussie gevoerd moeten worden welke bestemming de overige ruimten zullen krijgen. Een toeristisch-recreatieve bestemming behoort tot de mogelijkheden.

14. Regionaal cultuurpact

We nemen deel aan het provinciale programma van regionaal cultuurpact. Tezamen met de provincie en de gemeenten rondom Nijmegen willen we in regioverband de ontwikkeling van het cultuurbeleid en van het culturele aanbod stimuleren. Insteek hierbij is het stimuleren van het cultuurtourisme. Door regionale samenwerking kunnen wij eigen mogelijkheden vergroten. Maar niet alleen dat. Ook als regio kunnen wij ons beter profileren. Veel eigen inwoners identificeren zich met hun dorp. Mensen van elders, denk aan toeristen, potentiële nieuwe inwoners en ook bedrijven, letten echter ook op regionale mogelijkheden.

Onderzoek laat zien dat Kunst en Cultuur als economische factor (vestigingsklimaat, toerisme) aan belang wint. Mensen en bedrijven vestigen zich graag waar het aantrekkelijk is: landschap, rust, scholen, goed openbaar vervoer en de mogelijkheden om cultureel actief te zijn. Ook is het economisch goed bezoekers van buiten te trekken en hen te interesseren voor de eigen culturele kracht. Kunst en cultuur is goed voor de toeristische aantrekkingskracht van onze regio.

Wij maken gebruik van het provinciale programma 'Regionaal Cultuurbeleid'. Dat programma biedt ons financiële (€0,24 cent per inwoner) en personele steun voor versterking van onze regionale culturele infrastructuur: project- en netwerkontwikkeling. Wij dragen zelf €0,16 cent per inwoner bij voor projecten. De provincie financiert de personele inzet (projectontwikkelaar / regiocoördinator).

Toeristische promotie

Marketing

15. Pilot webmarketing 2.0

Momenteel is de toeristische informatie niet eenvoudig te vinden op de website en staat deze niet overzichtelijk gepresenteerd. Daarnaast is de toeristische informatie op de website statisch van aard. Promotie mogelijkheden, zoals een e-mailnieuwsbrief of een persoonlijk sms boodschap, ontbreken. Hier staat tegenover dat internet een grote vlucht genomen heeft en voor de meeste mensen de belangrijkste bron van informatievoorziening is.

We zijn daarom begonnen om de toeristische informatie op onze website beter vindbaar te maken en overzichtelijker te presenteren door verbetering van de content, de navigatie en de zoekfunctie.

Verder proberen we op een interactieve en persoonlijke manier toeristische informatie aan te bieden door technische mogelijkheden te ontwikkelen. Dit doen we door nieuwe digitale promotietechnieken te ontwikkelen tezamen met toeristische ondernemers en het RBT KAN in het pilot project Marketing 2.0.

Bij 2.0 staat een persoonlijke benadering, het aanbieden van gezamenlijke informatie, interactiviteit en beleving centraal. Je maakt gebruik van de bereidheid van de digitale bezoeker die je site bezoekt om je website te promoten. Hij kan bijvoorbeeld reviews geven over zijn belevenis in Wijchen of digitale foto's insturen van mooie plekken in Wijchen. Je hoeft dan zelf geen foto's te maken en bezoekers vinden het leuk om zijn eigen foto's op de site terug te vinden (zie bijvoorbeeld de foto's die worden ingestuurd bij het weerbericht van het Journaal).

Ook een evenementenkalender of een "recreatieplanner" behoort tot de 2.0 mogelijkheden. Zo kan je gebruik maken van de content van de aangesloten websites in de database bij marketing 2.0 om de evenementenkalender automatisch up to date te houden. Een recreatieplanner bevat een overzicht van toeristisch interessante plekken of bedrijven met bijbehorende informatie.

De bedoeling is dat er acht 2.0 functies ontwikkeld gaan worden die op de websites van de deelnemende partijen geïnstalleerd kunnen worden. In ieder geval zullen de websites van de VVV en de Coolregion 2.0 gemaakt worden.

In de pilot wordt aandacht geschonken aan het onderscheidend vermogen van de individuele deelnemers. Het is zeer wenselijk dat de directe link met de verdere uitwerking van (lokale) marketingcampagnes gelegd blijft worden. De directe link met lokale/regionale marketingcampagnes is zelfs van groot belang voor het slagen van Marketing 2.0.

De landelijke toeristische branche kijkt met grote belangstelling naar deze pilot voor de toeristische webmarketing. De regio Arnhem Nijmegen loopt met dit innovatieve project voorop en dat genereert weer positieve promotie aandacht.

De totale kosten van het pilotproject bedraagt € 400.000. De provincie neemt het grootste deel van de kosten voor zijn rekening. Voor het ontwikkelen van de technieken en het laten installeren van de technieken op de website zullen wij moeten betalen. De kosten voor het onderhoud en beheer van de gemeenschappelijke database met technieken zijn voor rekening van het RBT KAN.

16. Toerisme Platform Land van Maas en Waal

Toeristen stoppen niet bij de gemeentegrens, maar bezoeken een regio of stad. Daarom is het belangrijk om toeristische ontwikkelingen regionaal af te stemmen om enerzijds elkaars toeristisch product te versterken en anderzijds elkaar aan te vullen. We hebben elkaar als regio nodig om meer toeristen te bereiken.

Voor een goede regionale afstemming is in 2008 een begin gemaakt met het Platform Land van Maas en Waal. Hierin hebben vertegenwoordigers zitting uit het toeristisch bedrijfsleven, de gemeenten en de beide RBT's. De gemeenten hebben voorafgaand aan het platform-overleg ambtelijk en bestuurlijk overleggen om toeristisch af te stemmen.

8.2 Nieuwe projecten

We hebben in de vorige paragraaf laten zien waar we op het ogenblik nog mee bezig zijn. Op grond van de toeristische analyse in de vorige hoofdstukken, hebben we een aantal projecten, of een aantal aandachtsgebieden, die we in de periode van de looptijd van deze notitie (2009-2013) nader willen uitwerken en/of realiseren. We zijn van mening dat deze projecten bijdragen aan de geformuleerde doelstelling.

Plattelandstoerisme

Verblijfsrecreatie

17. Hotelaanbod

Zoals eerder vermeld komen de meeste bezoekers voor een korte vakantie naar deze regio. Zij overnachten vaak in een hotel of op de camping. Verblijfstoeristen leveren hogere bestedingen op dan dagtoeristen. Het is daarom aantrekkelijk om te zorgen dat deze groep in de gemeente kan verblijven. Goede en voldoende overnachtingsmogelijkheden zijn daarvoor nodig. Naast toeristen vormen ook zakelijke toeristen een interessante doelgroep.

Gezien de toeristische activiteiten die de doelgroep in het buitengebied ondernemen en wensen (rust, natuur, wandelen en fietsen, authenticiteit) en de beleving die aan het buitengebied wordt toegekend, volstaan daar kleinschalige vormen van verblijfsrecreatie. Te denken valt aan kleinschalig kamperen dat landschappelijk is ingepast. In de sector hotelmarkt biedt de aanwezigheid van bed&breakfast een goede invulling die past bij het karakter van het platteland. Deze opties kunnen we reeds faciliteren of worden mogelijk gemaakt in het bestemmingsplan buitengebied.

Op basis van het hotelonderzoek 2008 van de gemeente Nijmegen kan geconcludeerd worden dat een uitbreiding van het hotelaanbod in Nijmegen in overeenstemming is met de markruimte die er is en gaat ontstaan. Voor Wijchen biedt de ruimte in Nijmegen ook een kans. Mogelijke kansrijke ontwikkelingen kunnen benut worden:

- in het toeristisch segment kan uitbreiding van doelgroepen zoals ouderen worden gezocht (kort verblijf, citytrips via vliegveld Weeze)
- in het congressegment met als thema health en grootschalige congresmogelijkheden met hotelfaciliteiten onder één dak.
- Inspelen op het thema wellness.

We kunnen nieuwe initiatieven op dit vlak beleidsmatig toetsen en, indien kansrijk, er planologische medewerking aan verlenen. Kosten zijn er voor de gemeente dan ook niet aan verbonden.

Waterrecreatie

18. Voetveer Niftrik- Ravenstein

Er wordt een haalbaarheidsstudie uitgevoerd naar de mogelijkheden voor het herstellen van de voetveer verbinding Niftrik-Ravenstein. De gemeente Oss heeft dit voetveer hoog op de actielijst staan en wil het graag samen met de Wijchen realiseren.

De haalbaarheidsstudie moet antwoord geven of het project realiseerbaar is en onder welke (financiële) condities. Het voetveer kan een versterking zijn voor het recreatief netwerk en ertoe leiden dat meer bezoekers naar Wijchen toe gaan. In relatie tot de recreatieve ontwikkeling van de Loonse Waard zou het voetveer een bijdrage kunnen leveren.

Als we een vergelijking maken met de realisatie van het voetveer Batenburg Demen, dat onder zeer gunstige omstandigheden tot stand is gekomen, dan moeten we rekenen op tenminste € 10.000 voor de investeringskosten en jaarlijks een bijdrage van € 7.500 voor de exploitatie. Hiervoor is voorsnog geen dekking. Mochten we dit project willen gaan uitvoeren, dan zullen de kosten meegenomen moeten worden bij de kadernota 2010.

Natuurbeleving

19. Recreatieve ontwikkeling Loonse Waard

We willen de Loonse Waard recreatief gaan ontwikkelen. We verlenen medewerking aan de realisatie van de aqua-hotelappartementen. Uit de grondexploitatie levert dit middelen op die we kunnen inzetten om het gebied een recreatieve impuls te geven.

Bij de recreatie-toeristische ontwikkeling van het gebied willen we inzetten op landschap, natuurontwikkeling, cultuurhistorie, kunst, dagrecreatie en het versterken/verbeteren van het recreatieve netwerk.

Landschap en cultuurhistorie

- Cultuurhistorie behouden en gebruiken als inspiratiebron: Zichtbaar maken van oude waterlopen en herstellen structuur van Maasheggen
- Behouden maasoeverwallen met dorpen als ijkpunt in kleinschalig gebied: Historische dorpskernen als parels in het landschap, agrarische verbreding stimuleren en uitzichten op kernen behouden.
- Versterken maasuiteerwaarden met doorzichten in meer natuurlijke uiterwaarden: Handhaven bakenbomen, samenhang behouden en ontwikkelen tussen diverse delen van de uiterwaar-

den, zichtbaar houden kernen, zowel aan de overzijde van de rivier als over rivierbochten op kernen in het plangebied.

Natuur

- Ontwikkelen buitendijkse aaneengesloten riviergebonden natuurzone (internationaal niveau): Versterken doelstelling in het kader van Ruimte voor de Rivier wat inhoudt dat een natuurlijke inrichting en een landschapsbeeld wordt nagestreefd met: poelen, strangen, oibossen, stroomdalgraslanden en natuurlijke oevers.
- Versterken wateren met specifieke ecologische functies (ESD), zoals Balgoijse wetering: Natuurlijk natte inrichting met plasdras-zones en natuurlijke oevers.

Recreatie

- Ontwikkelen struinroutes in het gebied: Recreatief medegebruik van uiterwaardengebied ten behoeve van de beleving van ongerepte en dynamische uiterwaardennatuur en vergezichten langs de Maas.
- Het fietsen op de dijk aantrekkelijker en veiliger maken: De verkeerssituatie ter hoogte van de kruising Van Cittersweg en de Maasbandijk is onoverzichtelijke en complex. Dat knelpunt met verkeerskundige ingreep verbeteren.
- Ruimte creëren voor dagrecreatiemogelijkheden in de nabijheid van de bestaande jachthaven: Inpassen en zonering recreatieve voorzieningen/toegankelijkheid vanuit landschaps- en natuurdoelen. Eventueel realiseren van natuurlijke speelaanleiding in omgeving jachthaven.
- Ruimte creëren voor een Gereguleerde Overnachtingsplaats (GOP) voor Campers nabij de jachthaven.

Kunst

- Aan de rand van het uiterwaardengebied en op de dijk nabij de rivier op snijpunt van fiets- en wandelpaden kunst plaatsen: doel is aandacht te vestigen op dit snijpunt van paden, waarbij tevens de cultuurhistorische betekenis van het gebied geaccentueerd kan worden; het realiseren van kunstuitingen die ruimtelijk inspelen op de landschappelijke situatie, met het aanwezige water als beeldbepalend element. Hierbij wordt gedacht aan kunst die de relatie versterkt tussen de jachthaven aan de rivier en het binnengaan van de natuurlijke rijkdom van de uiterwaarden.

Er wordt gewerkt aan een integrale visie voor het gebied van waaruit een concreet actieplan ontstaat. Voor de visieontwikkeling wordt gekeken naar het buitendijkse gebied van A50 tot Balgoij en het binnendijkse gebied tussen Ravensteinseweg, Luumpt-Hereweg en Drutenseweg. Qua inrichting worden integraal alle gemeentelijke gronden in het gebied betrokken bij de verdere ontwikkeling van het gebied. Deze liggen m.n. langs de Maasbandijk ter hoogte Niftrik en de gehele Loonse Waard tot 100 meter vanaf de Maas.

De ontwikkelingsvisie wordt in overleg opgesteld met betrokken partijen. Deze zijn Rijkswaterstaat, Staatsbosbeheer, Waterschap, Dekkers van de Kamp, Geldersch Landschap, ZLTO, de jachthaven, en bewoners.

De kosten zijn op dit moment nog moeilijk in te schatten omdat de te nemen maatregelen niet uitgewerkt zijn. Dekking van de kosten kan gevonden worden door de middelen van de grondexploitatie voor het aquahotel te bestemmen voor de recreatieve ontwikkeling Loonse Waard. Daarnaast kan om cofinanciering verzocht worden bij de provincie.

20. Aanleggen van een vrijliggend recreatief fietspad langs de Maasdijk

De dijk tussen Batenburg en Balgoij wordt steeds intensiever gebruikt door recreatieve fietsers en wandelaars onder andere als gevolg van de komst van de voetveerverbinding Batenburg-Demen, de realisatie van het fietsknooppuntensysteem en de recreatieve natuurprojecten langs de Maas (bij Batenburg, Niftrik, Balgoij). Ook de toeristische ontwikkelingen in de Loonse Waard zullen een toenemend recreatief gebruik van de dijk teweeg brengen.

Over de dijk loopt een relatief smalle weg waar automobilisten, motoren, fietsers en wandelaars gebruik van maken. In de recreatieve beleving levert dit een onaantrekkelijke situatie op voor deze weggebruikers. Verbetering van de recreatieve aantrekkelijkheid van het gebied tussen de Maas en de Maasbanddijk kan bereikt worden door de aanleg van een vrijliggend fietspad langs of onderaan de dijk. Als bijkomend voordeel is dat door scheiding van weggebruikers de verkeersveiligheid verder toeneemt.

We zullen de haalbaarheid van (delen) van dit traject onderzoeken. Het gaat om een totale lengte van ongeveer 7 kilometer. We moeten ten eerste in gesprek met de grondeigenaren waarover het fietspad zal komen te liggen, zoals Waterschap Rivierenland en Rijkswaterstaat. Zij moeten medewerking verlenen. Ten tweede zullen we de financiële haalbaarheid onderzoeken. Als (een deel van) het traject haalbaar is, willen we tot uitvoering overgaan.

21. Actiepunten uit het strategisch document recreatieve verbindingen uitvoeren

In 2009 zal het strategisch document gereed zijn over de recreatieve verbindingen tussen Nijmegen, Wijchen en Beuningen. Zie actiepunt 11. Welke actiepunten uit dit document naar voren komen, is nu nog niet bekend. Evenmin de kosten die daarbij zullen komen. Actiepunten die we eventueel gaan uitvoeren, zullen hierbij aansluiten op reeds lopende of te ontwikkelen projecten. Het kan hier bijvoorbeeld gaan om het verbeteren van de recreatieve infrastructuur. (fietspaden, rustpunten, informatievoorziening).

Cultuurtoerisme

Kunst

22. Kunst langs de Maasbanddijk

Kunst langs de dijk kan een waardevolle bijdrage leveren aan de kennismaking met kunst omdat er veel gefietst en gewandeld wordt. Kunst kan inspelen op de identiteit van het gebied. In het kunstplan 2000-2010 wordt hier melding van gemaakt. Kunst kan meer en nieuwe doelgroepen aanspreken en zij vergroot de toeristische mogelijkheden van het buitengebied.

Cultuurhistorie

23. Het Romeinse verleden benadrukken in promotie en producten

Het gebied van de Euregio Rijn-Waal heeft een boeiend Romeins verleden. Bijna vier eeuwen lang lag hier de noordgrens van het Romeinse Rijk, de *Limes*, die samenviel met de loop van de Rijn. Opvallend is dat de Limes destijds de regio verdeelde in noord en zuid, terwijl de huidige landsgrens juist oost en west van elkaar scheidt. De historische overeenkomsten tussen de verschillende gemeenten van de Euregio zijn dus per definitie grensoverschrijdend. Dit biedt uitstekende mogelijkheden tot samenwerking in de promotie van het Romeins erfgoed achter de Limes. Onder 'Romeins erfgoed' verstaan we *al het erfgoed uit de Romeinse tijd*, dus ook de inheemse bevolking ten zuiden en noorden van de Rijn.

Het Romeins erfgoed is bij uitstek geschikt om meer of nieuwe bezoekersdoelgroepen naar de gemeente te trekken. Overal gonst het van de ideeën om het erfgoed uit de Euregio Rijn Waal in beeld te brengen. Tot nu toe heeft dit nog niet overal geleid tot de ontwikkeling van een gezamenlijke aanpak tussen verschillende gemeenten op het gebied van toeristische activiteiten, evenementen, cultuurprojecten, infocentra, etc.

Het project *Romeins erfgoed achter de Limes* moet leiden tot deze gezamenlijke aanpak in de Euregio Rijn Waal. Doel van het project is per gemeente een inventarisatie te maken van de bestaande en gewenste activiteiten, ontwikkelingen of plannen op het gebied van het Romeinse erfgoed, ten einde te komen tot een aantal grensoverschrijdende thema's. Daarbij wordt ook bekeken in hoeverre er al samenwerking is met andere gemeenten en/of partners binnen de Euregio en welke mogelijke samenwerkingsverbanden er op basis van alle verschillende initiatieven mogelijk zijn. Door middel van deze uitvoerige inventarisatie van het Romeins erfgoed in de Euregio Rijn Waal, gekoppeld aan een aantal concrete thema's, willen we komen tot een breed gedragen Interreg 4 projectvoorstel. Binnen Interreg 4 hebben we naast een eigen investering ook recht op een extra

subsidie van de Europese commissie om het Romeinse erfgoed dat zich in onze gemeente bevindt te ontsluiten en/of te promoten. Normaalgesproken ontvang je deze subsidie alleen wanneer je samenwerkt met een Duitse gemeente. Binnen dit project, waarin gemeenten uit beide landen participeren, hebben we automatisch een partnergemeente over de grens en daarmee recht op de extra subsidie.

Als mogelijke projecten denken we onder andere aan het maken van 3d animatiefilms voor educatieve doeleinden. Met behulp van 3d techniek kunnen we gebouwen, nederzettingen, grafvelden verbeelden zoals het eruit gezien heeft. Het is alsof je er zelf langs loopt. Een mooie methode om het Romeinse verleden tot leven te wekken. In Kerkrade is dit gedaan met het villacomplex Holtskuil. Beleving kan ook worden teruggebracht door het in ere herstellen (en verbeteren) van het nagemaakte Romeinse crematiegraf bij het grafveld van de Molenberg (als een van de vele gevonden graven), dat door de bouw van de brandweerkazerne verloren is gegaan. Daarnaast zouden we het Romeinse verleden van het Wijchens Meer kunnen visualiseren. Te denken valt aan een reconstructie van de vermoedelijke Romeinse steiger, (eventueel met Romeinse visser/boot). In het kader van het zichtbaar maken kan ook gedacht worden aan visualisatie van (onderdelen van) villa's die kenmerkend zijn voor Wijchen zoals bij de Tienakker, of de Romeinse verbindingsweg naar Nijmegen.

De cofinanciering zal gevonden moeten worden uit bestaand budget en de kadernota 2010. De projecten die betrekking hebben op het Wijchens Meer zullen ook betrokken kunnen worden bij de stedenbouwkundige herontwikkeling van de Oostflank.

24. De cultuurhistorie in relatie tot het water benadrukken in promotie en producten

De stadsregio Arnhem Nijmegen wil met een masterplan Dijken en kolken de toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van het landelijk gebied, voor recreatie en natuurontwikkeling, vergroten. Als thema wordt in dit masterplan gekozen voor het water. Voor Wijchen heeft deelname aan dit project meerwaarde. Er zijn voldoende cultuurhistorische en landschappelijke aanknopingspunten voor recreatie en toerisme en het versterken en behouden van de identiteit van Wijchen. Het masterplan dat de stadsregio ontwikkelt, in nauwe samenwerking met betrokken gemeenten, wordt vooral praktisch van aard: gemeenten, adviesbureaus en andere instanties moeten er behalve inspiratie en ontwikkelingsprincipes vooral ook handzame aanknopingspunten en concrete handvatten voor toekomstige ontwikkeling in kunnen vinden. Deze kan Wijchen vervolgens gaan gebruiken.

Van oudsher is de regio Arnhem Nijmegen sterk verbonden met de natuurlijke dynamiek van het rivierenlandschap. De dynamiek van de rivier is dan ook op vele plaatsen in het landschap terug te zien, steenfabrieken, scheepswerven, maar ook wielen, ontginningpatronen, kades, stuwwallen en dijken, kleuren het landschap. Mede door het stuwwallenlandschap en de diverse riviersplitsingen kent de stadsregio unieke waarden op het gebied van cultuurhistorie waarmee de regio zich krachtig kan identificeren en profileren. Omdat deze elementen voor een belangrijk deel bepalend zijn voor de identiteit van de regio is het van belang de relictten van dit verleden zichtbaar te maken en een prominentere positie in het landschap te verschaffen en de daarbij behorende kenmerken te behouden en te versterken. Het karakteristieke landschap is daarbij een onmisbare drager van cultuurhistorisch erfgoed en zeer aantrekkelijk voor recreatie en toerisme. Bovendien is het landschap van onschatbare waarde voor het kennen en beleven van de identiteit van de regio. De stadsregio streeft met een Masterplan Dijk en Kolk naar een versterking van deze regionale identiteit en het behoud van cultuurhistorische elementen en relictten in het cultuurlandschap.

De Stadsregio Arnhem Nijmegen wil de cultuurhistorie van het rivierenlandschap versterken door deze zichtbaar te maken, maar ook door het aanbrengen van meer samenhang tussen de bestaande elementen. Verbinding en versterking zijn de sleutelwoorden. De aanwezige cultuurhistorische elementen en relictten dienen behouden te blijven en een prominente positie in het landschap te verkrijgen. De historische herkenbaarheid en betekenis van het landschap blijft zo behouden, waardoor de regio ook aantrekkelijk wordt voor toeristische, recreatieve en culturele bezoeken.

In het Masterplan wordt gekozen voor de versterking van deze volgende thema's:

- Industrieel erfgoed (onder andere steenfabrieken, smalspoor, kleiputten);
- Beheersing (dijken, stuwen, gemalen, waterkeringen, kribben);
- Beleving (verhalen, mythes, wandelroutes, struinen, zichtlijnen);
- Natuur (uiterwaarden, diversiteit in het landschap, wielen, kolken);

Het Masterplan Dijk en Kolk beslaat het grondgebied van verschillende gemeenten. Daarom zijn zij een zeer belangrijke partij. Daarnaast kunnen er nog verschillende belangrijke betrokken partijen worden aangewezen. Na afronding van het Masterplan moeten deze gemeenten en instanties aan de slag om daadwerkelijk invulling te geven aan de ambities van het Masterplan.

25. Ontwikkelen van een monumenten fietsrouteboekje

In 2008 is het Monumentenboek Wijchen uitgegeven. Hierin staan de monumenten die Wijchen te bieden heeft. Om bezoekers en recreanten op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met de monumenten, is het uitgeven van een bijbehorende fietsroute een interessant middel. Deze fietsroute sluit aan bij de toeristische doelgroep die we willen benaderen.

Bovendien is een dergelijk product voor de marketing van Wijchen belangrijk. Als voorbeeld kan de kunstroute "Kijk op Kunst" worden aangehaald die we in 2008 hebben ontwikkeld. Daarmee hebben we zelfs de landelijke pers gehaald.

In het kader van de herkenbaarheid willen we het monumenten fietsrouteboekje in dezelfde stijl ontwikkelen als "Kijk op Kunst". Ontwikkelingskosten bedragen ongeveer € 8.000,--.

26. Ontwikkelen van een "sporenboek"

In een zogenaamd "sporenboek" kunnen we informatie bij elkaar brengen over een breed scala aan cultuurhistorische en aardkundige elementen in het landschap of bouwwerken. Doel is een gids te maken, waarin betekenis wordt gegeven aan de specifieke cultuurhistorische kenmerken en elementen van het gebied, en dat bijdraagt aan de herkenbaarheid en beleefbaarheid en tevens ondersteuning biedt aan de routes. Goede voorbeelden zijn het boekje dat de Stichting Open Monumentendag in 2008 landelijk heeft uitgebracht over sporen in het landschap en de waaier die enkele jaren terug is gemaakt door Landschapsbeheer Nederland met elementen van Knuppelpad tot Galgenberg. De ontwikkelingskosten zijn nog niet bekend.

Toeristische promotie

27. Wijchen promoten in nieuwe campagne *Rijk van Nijmegen en Land van Maas en Waal*

We willen de toeristische promotie van Wijchen verbeteren en oprispen. Wijchen en de regio heeft het nodige te bieden aan toeristen. Daarbij is het zaak ook te zorgen dat deze toeristen de regio weten te vinden.

RBT KAN verzorgt de promotie van Wijchen als onderdeel van de regio Arnhem en Nijmegen. Wijchen profiteert van twee regiomerken. Deze zijn Land van Maas en Waal en het Rijk van Nijmegen. Beide regiomerken worden door RBT KAN in de markt gezet. Uit onderzoek blijkt dat de merken herkenbaar zijn en verschillende doelgroepen aanspreken.

RBT KAN heeft het regiomerk *Rijk van Nijmegen* een vernieuwde campagne gegeven. Onder de slogan "De Romeinen zijn hier al geweest, nu *jij* nog" en met een opgefriste huisstijl kunnen gemeente en ondernemers deze campagne op maat maken voor het Wijchense. Te denken valt aan de website, de toeristische folder en de brochure "Dagje uit in Wijchen". We willen verdere afstemming zoeken met toeristische ondernemers en het RBT KAN over de wijze waarop promotie en marketing in deze vorm gegeven kunnen worden.

Daarnaast willen we het merk "Land van Maas en Waal" gezamenlijk met de regiogemeenten, de toeristische ondernemers, RBT KAN en RBT Rivierenland vorm gaan geven. Zoals eerder geconstateerd kent bijna iedereen het merk Land van Maas en Waal, alleen weten slechts weinigen waar het ligt. Door een gezamenlijke en doelgerichte aanpak willen we hier verandering in brengen. Zo willen we in 2009 de website Land van Maas en Waal lanceren. Ook willen we gezamenlijk een toeristische folder voor het Land van Maas en Waal gaan maken. Hiermee denken we het merk onder

de aandacht te kunnen brengen van potentiële bezoekers aan het Land van Maas en Waal.

De kosten voor het opfrissen van het merk Wijchen binnen Rijk van Nijmegen en Land van Maas en Waal zullen door gemeente en toeristische ondernemers gedragen moeten worden. Het gaat dan om het ontwikkelen van een webpagina Land van Maas en Waal, een toeristische folder, en de folder Dagje Uit in Wijchen.

28. Toeristische kansen met het Land van Cuijk onderzoeken

Samenwerking met andere toeristische gebieden kan leiden tot een uitwisseling van toeristen omdat elkaars product wordt versterkt en vermarkt. Het Land van Cuijk ligt in de nabijheid van Wijchen. Daar verblijven toeristen die mogelijk ook een bezoek aan Wijchen kunnen brengen. Evenzeer geldt het omgekeerde. Het totaalproduct kan worden versterkt door op toeristisch gebied afstemming te zoeken. Momenteel hebben we geen verbinding met die regio. Het toeristisch potentieel wordt niet benut. We willen gaan kijken in hoeverre er een afstemming of samenwerking mogelijk is. Onderzocht moet worden welke acties hieruit voort kunnen komen.

Dat samenwerking met Noord Brabant zijn toeristische vruchten afwerpt, blijkt uit de realisatie van het voetveer Batenburg Demen. Hierdoor kunnen toeristen de recreatieve verbinding maken over de Maas. De bezoekersaantallen zijn boven verwachting geweest.

8.3 Actieplan

Op grond van de bevindingen kunnen we een actieplan formuleren waarmee we denken het beoogde doel te kunnen realiseren. De genoemde acties zijn verdeeld over de drie toeristische pijlers. In tabel 8.1 noemen we de acties waar inmiddels een begin mee gemaakt is. In tabel 8.2 staan onze voornemens.

Tabel 8.1 Lopende acties

Pijler	Onderwerpen	Lopende actiepunten	Wat is het doel van de actie	Wanneer	Met wie gaan we dat doen?	Wat kost het en hoe gaan we dat betalen?
Platte-lands-toerisme	Verblijfsrecreatie	1. Toestaan van kleinschalig kamperen of Bed&Breakfast als nevenactiviteit. Toestaan uitbreiding kampeerplaatsen bij de boer (van 15 naar 25 kampeermiddelen). Bij de actualisatie bestemmingsplan buitengebied wordt dit meegenomen.	Realiseren van meer overnachtingsmogelijkheden binnen de gemeente, waardoor meer mensen in Wijchen verblijven en de directe en indirecte bestedingen toenemen.	2006-2010 actualisering bp	Particuliere ondernemers in het buitengebied kunnen mogelijkheid benutten.	Aanpassing loopt mee in het nieuwe bestemmingsplan.
		2. Meewerken aan realisatie aqua hotelappartementen in Niftrik bij Loonse Waard.	Realiseren van meer overnachtingsmogelijkheden binnen de gemeente, waardoor meer mensen in Wijchen verblijven en de directe en indirecte bestedingen toenemen.	Vanaf 2008	Particulier initiatief.	Verkoop grond levert geld op.
	Waterrecreatie	3. Herontwikkeling Berendonck. Er zal een ontwikkelingsvisie ter vaststelling worden voorgelegd en we zullen medewerking verlenen aan een bestemmingsplanwijziging van de Berendonck op basis van de vastgestelde visie.	Een kwaliteitsimpuls voor de recreatieve mogelijkheden tot stand brengen en streven naar seizoensverlenging. Hierdoor verblijven meer mensen in Wijchen en komen er meer dagrecreanten waardoor de directe en indirecte bestedingen toenemen.	Vanaf 2007	Initiatiefnemer is Recreatiegemeenschap Veluwe (RGV).	Kosten zijn voor rekening van RGV
		4. Recreatieve opwaardering haventje Batenburg en zijn omgeving (natuurproject Batenburg).	Een kwaliteitsimpuls voor het haventje en het vergroten van de recreatieve mogelijkheden in en omgeving van het haventje teneinde meer dagrecreanten te trekken.	Vanaf 2007	Rijkswaterstaat, WSV 't Haventje, lbg Batenburg.	Ongeveer € 9 ton. Subsidie provincie Gelderland, RWS. Cofinanciering Wijchen € 285.000
	Agrotourisme	5. Stimuleren van recreatieve initiatieven als nevenactiviteit van agrariërs, zoals boerderijwinkel met streekeigen producten door dit in het bestemmingsplan buitengebied mogelijk te maken.	Versterking van een vitaal platteland. Economische impuls voor de ondernemers op het platteland bieden.	2006-2010 actualisering bp	Particuliere ondernemers in het buitengebied kunnen mogelijkheid benutten.	Aanpassing loopt mee in het nieuwe bestemmingsplan.

Pijler	Onderwerpen	Lopende actiepunten	Wat is het doel van de actie	Wanneer	Met wie gaan we dat doen?	Wat kost het en hoe gaan we dat betalen?
	Natuurbeleving	6. Ontwikkeling van het fietsknooppunten-netwerk in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Toevoegen cultuurhistorische informatie-borden bij de knooppunten.	<p>Het recreatieve netwerk versterken en verbinden met de omliggende gemeenten teneinde (een deel van) de bezoekers in de regio en Noord-Brabant ook Wijchen te laten bezoeken en daardoor de bestedingen stimuleren.</p> <p>Cultuurhistorische informatie op de onderborden bij de knooppunten versterken het toeristisch product. Kennis over cultuurhistorie en landschap wordt overgedragen.</p>	Aanleg 2008-2009	Stadsregio Arnhem Nijmegen is de opdrachtgever van het project.	Bijdrage in de Kosten voor onderhoud bewegwijzering en website voor 5 jaar € 5.000. Uit budget toerisme.
		7. Land van de Heerlijkheden.	Cultuurhistorische en landschappelijke kwaliteiten in het Land van Maas en Waal aantrekkelijk en toegankelijk maken voor bezoekers door een infocentrum, fietsroutes, exposities, educatie. In combinatie met horeca mogelijkheden te bieden langs de routes. Hierdoor meer bezoekers te bereiken die Wijchen bezoeken waardoor bestedingen toenemen.	<p>Realisatie 2008-2010</p> <p>Vanaf 2010 operationeel</p>	Geldersch Landschap, gemeenten in Land van Maas en Waal, RBT KAN, Gastvrij Land van Maas en Waal, lokale historische organisaties.	<p>Investering € 560.000. Cofinanciering Wijchen € 40.000 ('09-'10).</p> <p>Exploitatiekosten € 60.000 per jaar. Cofinanciering Wijchen € 10.000 per jaar (vanaf 2011).</p> <p>Middelen uit budget Toerisme-Land van de Heerlijkheden.</p>
		8. Ontwikkelen van een recreatief wandelnetwerk. Ommetjes om de kernen.	Herstel van de cultuurhistorische wandelpaden (kerkepaden), creëren van meer wandelmogelijkheden in het landelijk gebied voor recreanten en toeristen. Hierdoor wordt Wijchen aantrekkelijker voor specifieke groepen toeristen.	2008-2012	Geldersch Landschap, leefbaarheids-groepen.	In het LOP is € 2.500 beschikbaar voor realisatie. Er is ook subsidie van € 2.500.

Pijler	Onderwerpen	Lopende actiepunten	Wat is het doel van de actie	Wanneer	Met wie gaan we dat doen?	Wat kost het en hoe gaan we dat betalen?
		9. Ontwikkeling van natuurvriendelijk oevers langs de Maas met struinpaden.	Het creëren van meer en veilige wandelmogelijkheden in het landelijk gebied voor recreanten en toeristen. Hierdoor wordt Wijchen aantrekkelijker voor bepaalde groepen toeristen.	Vanaf 2006	Rijkswaterstaat	Kosten voor Rijkswaterstaat
		10. Aanleggen van twee vrijliggende fietspaden. Één naar Heumen en één naar Beuningen.	Het creëren van meer en veilige recreatieve fietsroutes voor recreanten en toeristen teneinde het recreatieve fietsroutenetwerk te versterken.	Vanaf 2009	In afstemming met div. (weg-) beheerders: RWS en Staatsbosbeheer.	Kosten (€ 2 miljoen) voor gemeente, deels subsidie bij provincie en Stadsregio.
		11. Ontwikkelen van een strategisch document voor de recreatieve verbindingen tussen Wijchen, Beuningen, Nijmegen.	Bewoners en toeristen uit de dorpen en de wijken uit Nijmegen naar het buitengebied van Wijchen te trekken.	2008-2009	Beuningen, Nijmegen, DLG, RGV, Geldersch Landschap, ZLTO, Werkgroep Beunings Veld, Waterschap, SBB, Vereniging Streekbeheer.	Kosten voor de ontwikkeling van het document worden gedekt uit het LOP.
Cultuurtoerisme	Cultuur	12. Ontwikkelen van een evenementenbeleid	De rol van de gemeentelijke overheid in deze beperkt zich tot het stellen van de randvoorwaarden: voorwaarden scheppend, coördinerend, maar ook regulerend en controlerend (toezicht en handhaving).	2009-2010	In afstemming met de regio en betrokken actoren	Ontwikkeling beleid door ambtelijk ureninzet.
		13. Uitbreiding Museum Kasteel Wijchen met een deel van de 1 ^e verdieping kasteel	Het museum letterlijk meer ruimte geven om door te ontwikkelen. Hierdoor kan het meer bezoekers ontvangen. Tevens wordt het kasteel toegankelijker voor het publiek.	Vanaf 2009	Museum Kasteel Wijchen	Voor verbouwing van de 1 ^e verdieping € 45.000 beschikbaar gesteld.

Pijler	Onderwerpen	Lopende actiepunten	Wat is het doel van de actie	Wanneer	Met wie gaan we dat doen?	Wat kost het en hoe gaan we dat betalen?
		14. Participeren in het regionaal cultuurpact. Ontwikkelen of versterken van regionale culturele programma's ter stimulering van het cultuurtoerisme.	Het culturele netwerk versterken en lopende projecten verstevigen teneinde cultuurtoerisme naar een hoger plan te tillen en daarmee meer en nieuwe bezoekersdoelgroepen te bereiken.	2009-2013	Beuningen, Millingen, Druten, Ubbergen.	€ 40.000 per jaar beschikbaar. Bijdrage Wijchen is € 6.400 per jaar. Uit budget Culturele activiteiten.
Promotie	Marketing	15. Pilot Webmarketing 2.0	Door gezamenlijke ontwikkeling van web technieken voor marketing, communicatie en sales de Gelderse regio letterlijk en figuurlijk op de kaart te zetten bij zowel binnen- als buitenlandse toeristen als één van de aantrekkelijkste toeristische gebieden van Nederland alsmede een gebied met een uitstekend ondernemingsklimaat. Daarbij geldt dat alle betrokken partijen evenredig profiteren van de ontstane synergie.	2009-2010	RBT KAN, toeristische ondernemers, gemeenten in het KAN gebied, provincie Gelderland	Eenmalig € 400.000. Cofinanciering Wijchen voor de web technieken uit budget Toerisme promotie.
	Communicatie	16. Platform Land van Maas en Waal	Afstemming bereiken op het gebied van toerisme in de regio Land van Maas en Waal	Vanaf 2008	Beuningen, Druten, West Maas en Waal, Heumen, RBT KAN, RBT Rivierenland, toeristische ondernemers.	Ureninzet ambtelijk en portefeuillehouder Toerisme.

Tabel 8.2: Voorgestelde actiepunten

Pijler	Onderwerpen	Wat willen we als nieuwe acties gaan doen?	Wat is het doel van de actie	Wanneer	Met wie gaan we dat doen?	Wat kost het en hoe gaan we dat betalen?
Platte-lands-toerisme	Verblijfsrecreatie	17. Toename verblijfsaccommodaties stimuleren. Ruimte creëren voor een hotelaccommodatie richting Nijmegen (bijvoorbeeld in Bijsterhuizen t.b.v. zakelijk toerisme). Hiervoor medewerking verlenen door aanpassing bestemmingsplan.	Realiseren van meer overnachtingsmogelijkheden binnen de gemeente waardoor meer mensen in Wijchen verblijven en de directe en indirecte bestedingen toenemen. Kansen liggen er richting Nijmegen en de zakelijke markt.	Vanaf 2010	Projectontwikkelaars, particulieren.	Kosten bestemmingsplanwijziging zijn voor rekening particulier initiatief.
	Waterrecreatie	18. Het realiseren van een voetveer Niftrik – Ravenstein indien de haalbaarheidsstudie een positieve uitkomst biedt en de kosten acceptabel zijn.	Het versterken van het recreatieve netwerk. Voetveren zijn aantrekkelijke verbindingen voor recreanten en toeristen. De recreatieve belevingswaarde van het water en platteland kan hierdoor versterkt worden.	2010-2011	Recreatieschap Uiterwaarde en gemeente Oss	Kosten zijn nog niet bekend. Vergelijk realisatie voetveer B'burg: investering € 60.000. Exploitatie € 15.000 per jaar. Cofinanciering Wijchen: investering € 7.500. Exploitatie € 7.500 per jaar. Hiervoor is geen dekking. Opnemen kadernota.
	Natuurbeleving	19. Ontwikkeling recreatie en toerisme in de Loonse Waard. Op basis van een integrale ontwikkelingsvisie Loonse Waard willen we dit gebied opwaarderen. Het gaat dan om natuurontwikkeling, stimuleren waterrecreatie, versterken van het recreatief netwerk, aansluitingen zoeken bij het bestaande recreatieve netwerk, en inzichtelijk maken van cultuurhistorie.	De belevingswaarde en de gebruikswaarde van de Loonse Waard, passend binnen de landschappelijke kaders, vergroten. Vergroten van de toegankelijkheid is noodzakelijk om het landschap beleefbaar te maken. Het zichtbaar maken en houden van het cultuurhistorisch erfgoed is daarbij essentieel. Door de ontwikkelingen zullen meer bezoekers het gebied gebruiken en beleven.	Vanaf 2009	RWS, Staatsbosbeheer, Waterschap, Geldersch Landschap, Dekkers van de Kamp, lbg, ZLTO, jachthavens, en bewoners.	Kosten zijn nu moeilijk in te schatten. Dekking uit particuliere middelen, provinciale stimuleringsmogelijkheden, cofinanciering Wijchen uit opbrengst grondexploitatie Aquahotel.

		20. Haalbaarheid onderzoeken en daarna aanleggen vrijliggend fietspad Maasbanddijk.	De recreatieve aantrekkelijkheid van de fietsroute langs de Maas vergroten teneinde meer recreanten en toeristen over de dijk te laten fietsen en wandelen.	Vanaf 2010	RWS	Kosten zijn voor rekening gemeente. Mogelijk subsidie provincie en RWS.
		21. Uitvoeren van mogelijke actiepunten volgend uit het strategisch document voor de recreatieve verbindingen tussen Wijchen, Beuningen, Nijmegen.	Meer bewoners en toeristen uit de dorpen en de wijken uit Nijmegen naar het buitengebied van Wijchen te trekken.	2010-2015	Beuningen, Nijmegen, DLG, RGV, Geldersch Landschap, ZLTO, Werkgroep Beunings Veld, Waterschap, Staatsbosbeheer, Vereniging Streekbeheer.	Kosten hiervoor zijn nu moeilijk in te schatten. In 2009 zal het strategisch document gereed zijn, en is daarover meer inzicht. Kosten van projecten zullen meegenomen worden in de kadernota.
Cultuurtoerisme	Kunst	22. Kunst langs de Maasbanddijk.	Relatie versterken tussen rivier, natuur en cultuurhistorie door kunst. Een natuurlijke omgeving in combinatie met aansprekende en spraakmakende kunst teneinde meer en nieuwe bezoekersdoelgroepen te bereiken.	2011-2015	Commissie Beeldende Kunst, kunstenaars, leefbaarheidsgroepen, RBT KAN.	Kosten afhankelijk van de opzet van activiteiten. Financiering mogelijk door bijdragen van fondsen, provincie, RWS. Cofinanciering Wijchen uit Kunstfonds, projecten.
	Cultuurhistorie	23. Het Romeinse verleden benadrukken in promotie en producten door middel van het project <i>Romeins erfgoed achter de Limes</i> .	Wijchen positioneren als een belangrijke plaats achter de Limes. Het Romeinse verleden inzetten als promotie-instrument ten einde meer en nieuwe bezoekersdoelgroepen te bereiken.	2010-2015	Gemeenten in de regio, actoren op het terrein van Romeins erfgoed.	Kosten hiervoor zijn nu nog niet in te schatten. Dekking uit euregio Rijn Waal, cofinanciering Wijchen mee te nemen in de kadernota.
		24. Het cultuurhistorische erfgoed en landschap rond thema water benadrukken in promotie en producten door middel van het project	Het erfgoed en het karakteristieke landschap inzetten voor recreatie en toerisme. Bovendien is het landschap van onschatbare waarde voor het kennen en beleven van de identiteit van Wijchen. De	2009-2015	Stadsregio, gemeenten in de regio, andere part-	Kosten hiervoor zijn nu nog niet in te schatten. Stadsregio Arnhem Nijme-

		<i>Dijken en kolken.</i> De relictten van dit verleden zichtbaar te maken en een prominentere positie in het landschap te verschaffen en de daarbij behorende kenmerken te behouden en te versterken.	historische herkenbaarheid en betekenis van het landschap blijft zo behouden, waardoor Wijchen ook aantrekkelijk wordt voor toeristische, recreatieve en culturele bezoeken.		ners.	gen betaalt de kosten voor het Masterplan. Cofinanciering Wijchen voor het uitvoeringsprogramma uit bestaande middelen en in de kadernota.
		25. Ontwikkelen van een monumentenfietsroute. Aan de hand van het Monumentenboek Wijchen kan een fietsrouteboekje worden ontwikkeld.	De belevingswaarde en gebruikswaarde van de monumenten in Wijchen vergroten door een laagdrempelig routeboekje te ontwikkelen. De doelgroepen recreanten en toeristen die komen om te fietsen.	2010	RBT KAN	Kosten worden geschat op € 8.000. Deze mee te nemen in de kadernota.
		26. Ontwikkelen van een sporenboek.	Doel is een gids te maken, waarin betekenis wordt gegeven aan de specifieke cultuurhistorische kenmerken en elementen van het gebied, en dat bijdraagt aan de herkenbaarheid en beleefbaarheid en tevens ondersteuning biedt aan de routes.	2011		Kosten nog niet bekend. Deze mee te nemen in de kadernota.
Pro-motie	Marke-ting	27. Het toeristische merk Wijchen via regiomerken Rijk van Nijmegen en Land van Maas en Waal vernieuwen. Dit willen we doen door de website op te frissen, Dagje uit Wijchen te actualiseren, en een toeristische folder te ontwikkelen. In samenwerking met een website Land van Maas en Waal te ontwikkelen.	De naamsbekendheid van het merk vergroten en verstevigen door een gezamenlijke aanpak van de regiomerken. Hierdoor neemt de herkenbaarheid toe en kunnen potentiële bezoekers bereikt worden.	2009 - 2011	Beuningen, Druten, West Maas en Waal, Heumen, RBT KAN, toeristisch bedrijfsleven	Kosten campagne Wijchen en Rijk van Nijmegen € 5.000. Kosten voor website Land van Maas en Waal € 6.000. Kosten toeristische folder Wijchen € 8.000. Gemeenten en ondernemers dragen bij. Cofinanciering Wijchen uit budget promotie / kadernota.
		28. Toeristische kansen met Land van Cuijk onderzoeken	De toeristische bekendheid vergroten en de recreatieve verbindingen met Noord Brabant versterken om meer en nieuwe doelgroepen te bereiken.	Vanaf 2010	Grave	Voorlopig alleen inzet ambtelijk uren.

Literatuurlijst

Rapporten en nota's

- Gemeente Nijmegen, Hotelonderzoek 2008. De ontwikkelingen op de Nijmeegse hotelmarkt, 2008.
- Gemeente Wijchen, Notitie Toerisme: Toerisme in Tweestromenland, 1999.
- Gemeente Wijchen, Toeristische visie, 1991.
- Gemeente Wijchen, Strategische visie Wijchen 2025, 2007.
- Gemeente Wijchen, Economisch beleidsplan 2007-2011, 2007.
- Gemeente Wijchen, Beuningen, Druten, Landschapsontwikkelingsplan, 2007.
- Ministerie LNV, Agenda voor een vitaal platteland, 2004.
- Ministerie LNV, EZ, VROM, Nota Ruimte. Ruimte voor ontwikkeling, 2004.
- Oosterveld, J., Toeristisch recreatief aanbod Wijchen en Beuningen, 2008.
- Provincie Gelderland, Uitvoeringsprogramma Vrije tijdseconomie 2009-2012: Groeten uit Gelderland., 2008.
- Provincie Gelderland, Mooi dichtbij. Uitwerkingsnota Recreatie en Toerisme, 2003.
- Provincie Gelderland, Masterplan cultuurtoerisme 2003-2007, 2002.
- Provincie Gelderland, Werkgelegenheidsenquête, 2007.
- RBT KAN/GOBT, Monitor Vrije tijdseconomie regio Arnhem-Nijmegen, 2008.
- ZKA, Toeristisch-recreatieve monitor regio Arnhem-Nijmegen, 2005.

Websites

www.gelderland.nl

www.vvvarnhemnijmegen.nl

www.minlnv.nl

www.gobt.nl

www.destadsregio.nl

Bijlage

1. Toerisme en ministerie LNV

Het kabinet wil de toegankelijkheid en bereikbaarheid van het agrarisch cultuurlandschap verbeteren. Het stelt dat provincies en gemeenten afspraken kunnen maken met boeren, particuliere grondbezitters en waterschappen over het toelaten van wandelaars op publieke en private gronden.

Het beleid voor verblijfsrecreatie is gericht op het geven van ruimte aan bedrijven om aan de eisen van de consument te voldoen en hun concurrentiepositie te behouden, zonder dat dit ten koste gaat van de ruimtelijke kwaliteit en natuurwaarden. Concreet krijgt dit bijvoorbeeld uitwerking in de salderingsgedachte in de Nota Ruimte voor natuurgebieden, waarmee bedrijven meer dan in het verleden mogelijkheden voor ontwikkeling krijgen en tegelijk de kwaliteit van de natuur versterkt wordt.

In het Tweede Meerjarenprogramma van de Agenda voor een Vitaal Platteland kiest het Rijk samen met provincies, waterschappen en gemeenten voor een ander beleid om de grote verandering die plaatsvindt in het landelijk gebied in goede banen te kunnen leiden. Per 1 januari 2007 is het Investeringsbudget Landelijk Gebied (ILG) en de wettelijke basis daarvoor – de WILG (Wet Inrichting Landelijk Gebied) – in werking. De provincies hebben dan de regie over de uitvoering van rijksdoelen in het landelijk gebied voor perioden van telkens zeven jaar. Dit geldt ook voor de rijksdoelen op het gebied van de openluchtrecreatie. De provincies voeren deze doelen in nauwe samenwerking met gemeenten, waterschappen en overige instanties uit. De eerste meerjarige uitvoeringsprogramma's, waarover met alle provincies bestuursovereenkomsten worden gesloten bestrijken de jaren 2007-2013.

2. Nota Mooi dichtbij

Bij plattelandstoeristische producten dient ernaar gestreefd te worden dat zij bijdraagt aan de volgende aspecten.

- Behoud van kwaliteit van het landelijke gebied als het gaat om rust, ruimte en kleinschaligheid.
- Het benutten van de streekcultuur.
- Iedere regio heeft haar eigen identiteit, waarmee zij zich van de andere onderscheidt. De provincie streeft ernaar op regionaal niveau streekeigen plattelandstoeristische producten te ontwikkelen, passend binnen het regioprofiel.

Vitaal platteland

De landbouw staat erg onder druk en daarom kunnen toerisme en recreatie een aanvulling betekenen voor het inkomen en de werkgelegenheid op het platteland. Agrariërs kunnen zich ook bezig gaan houden met natuurbeheer. Het volstaat echter niet om plattelandstoerisme uitsluitend te beschouwen als een vorm van neveninkomsten op de boerderij. Ook en met name volwaardige plattelandstoeristische bedrijven kunnen een bijdrage leveren aan de economie van het landelijke gebied.

3. Nota Toerisme in Tweestromenland

Het bevorderen van het toeristische product kan gerealiseerd worden door:

- kansrijke producten te stimuleren;
- de samenwerking te intensiveren; en
- duurzame productontwikkeling en productstimulering te waarborgen.

De aanbevelingen die in 1999 zijn gedaan, luiden:

- stimuleren van dag- en zakelijk toerisme als toeristische producten.

- stimuleren van de toeristische producten natuur en cultuur, in onderlinge samenhang (fietsen en wandelen).
- stimuleren van intensieve samenwerking: steunen van initiatieven van de toeristische bedrijfssector (horeca) en de winkeliers indien deze aansluiten op doelgroep of kansrijk product.
- promotie: museum/kasteel, heemtuin, kasteleninfo, congressen, diverse producten, natuur en cultuur, waarbij duurzame productontwikkeling en -stimulering gewaarborgd is.

De concrete beleidsvoornemens die hieruit zijn gekomen, luiden:

- Wandelen en fietsen: ontwikkelen van ontbrekend materiaal. Verbindende (wandel)route Wijchen-Leur-Hernen-Bergharen-Niftrik-Balgoij-Alverna-Wijchen.
- uitbreiden promotiemateriaal.
- promotievisie.
- Met dagarrangementen toeristische gebieden rondom Wijchen bereiken (Gouden Ham, Groene Heuvels). Bijv. cultuurhistorische regioroutes.
- ontwikkeling en afstemming van toerisme rond natuur- en recreatiegebieden.
- promotiestichting Wijchen 2000 nieuw leven inblazen voor bijvoorbeeld Gelderland Cultuurland.
- regierol voor gemeente in toeristische sector.
- verhogen inkomsten door verhogen toeristenbelasting.

4. Economische betekenis van toerisme in Wijchen en de regio Arnhem Nijmegen

Tabel 4.1 Waarde vrijetijdseconomie in de regio Arnhem-Nijmegen	Totale bestedingen in 2007 (in €s)	%	Werkgelegenheid 2007 (in fte)
Toeristisch verblijfstoerisme	36.870.000		464
Zakelijk verblijfstoerisme (hotels)	30.493.000		384
<i>Subtotaal verblijfstoerisme</i>	<i>67.363.000</i>	<i>5</i>	<i>848</i>
Toeristisch dagbezoek	1.091.348.000		14.857
Zakelijk dagbezoek	94.250.000		1.080
<i>Subtotaal dagtoerisme</i>	<i>1.185.598.000</i>	<i>95</i>	<i>15.937</i>
Totaal dag- en verblijfstoerisme	1.252.961.000	100	16.785

Dagtoerisme (toeristisch en zakelijk) is in de regio dus goed voor circa 95% van de bestedingen. Circa 10% van de bestedingen is toe te rekenen aan zakelijk toerisme (verblijfs- en dagtoerisme).

De werkgelegenheid naar deelregio is berekend aan de hand van de werkgelegenheidscijfers uit de Provinciale Werkgelegenheidsenquête (PWE) van de Provincie Gelderland. De PWE gaat uit van de werkgelegenheid in banen en niet van het aantal fte.

Werkgelegenheid in toerisme en recreatie in de regio Arnhem Nijmegen in banen (2007)	Werkgelegenheid T&R	Werkgelegenheid totaal	Aandeel T&R in totale werkgelegenheid in %	Aandeel van de subregio's binnen totale werkgelegenheid T&R in de regio in %

Gemeente Wijchen	680	15.370	4,4	4
Land van Maas en Waal*	1.170	23.100	5,1	6
Nijmegen-stad	5.540	95.940	5,8	29
Rijk van Nijmegen (ex. Mook en Middelaar)	2.780	37.500	7,4	15
Totaal regio Arnhem Nijmegen	18.820	325.680	5,8	100
Totaal regio (ex. Arnhem en Nijmegen)	7.720	135.030	5,7	41
<i>Totaal Gelderland</i>	<i>52.100</i>	<i>938.880</i>	<i>5,5</i>	
<i>Totaal Nederland</i>	<i>447.230</i>	<i>7.722.430</i>	<i>5,8</i>	

* Wijchen en Beuningen

Uit de tabel kunnen we opmaken dat de sector T&R goed is voor zo'n 5,7% van de totale werkgelegenheid in de regio Arnhem Nijmegen. Dit ligt ongeveer gelijk aan het landelijke cijfer. Uitschieter is het Rijk van Nijmegen waar R&T een aandeel heeft van 7,4% in de totale werkgelegenheid in deze subregio. Wijchen blijft achter. Hier heeft T&R een aandeel van 4,4% in de totale werkgelegenheid. Dat is lager dan het Gelderse en het landelijke cijfer.

Arnhem en Nijmegen hebben samen een aandeel van zo'n 60% in de T&R sector. Het Rijk van Nijmegen volgt met 15%. Wijchen heeft een aandeel van 4% in de regionale T&R sector.

In de onderstaande twee tabellen zoomen we verder in op de toeristische werkgelegenheid, en het aandeel van de werkgelegenheid toerisme op de totale werkgelegenheid in Wijchen .

Werkgelegenheid recreatie en toerisme, Wijchen en Gelderland, in banen '03-'07	2003	2004	2005	2006	2007
Wijchen	710	730	710	690	680
Gelderland	50.290	50.240	49.970	50.890	52.100

In de regio Arnhem-Nijmegen vonden in 2007 ruim 1,3 miljoen overnachtingen plaats. Circa een derde van deze overnachtingen heeft een zakelijk karakter, tweederde van de overnachtingen is toeristisch. Zakelijke gasten overnachten met name in een hotel, B&B of conferentieoord (oftewel een accommodatie die culinaire verzorging biedt). Ook bij toeristen zijn hotels populair, 43% van overnachtingen van toeristen vindt plaats in een hotel, ruim 30% op een camping en de rest in een ander soort verblijfsaccommodatie. Het zakelijk verblijfstoerisme, dat goed is voor 1/3 van het totaal aantal overnachtingen, levert 45% van het totaal aantal bestedingen op binnen het verblijfstoerisme. Het zakelijk verblijfstoerisme levert dus beduidend meer op per overnachting (€ 71,24 per zakelijke overnachting en € 41,43 per toeristische overnachting)

Tabel 5.2 Overnachtingen, bestedingen en werkgelegenheid in de regio Arnhem Nijmegen naar logiesvorm	Totaal aantal overnachtingen	%	Totale bestedingen in €	%	Werkgelegenheid in fte
Hotels (toeristisch)	381.000	29	23.543.000	35	296
Hotels (zakelijk en congres)	428.000	31	30.493.000	45	384
Campings	272.000	21	7.037.000	11	90
Bungalowbedrijven	116.000	9	4.442.000	7	56
groepsaccommodaties	121.000	9	1.848.000	3	23
<i>Totaal regio</i>	<i>1.318.000</i>	<i>100</i>	<i>67.363.000</i>	<i>100</i>	<i>848</i>

Het Rijk van Nijmegen en de Veluwezoom zijn de deelregio's waar de meeste overnachtingen worden doorgebracht. Samen nemen beide subregio's ruim de helft van de overnachtingen in de regio Arnhem-Nijmegen voor hun rekening.

Tabel 1: Ontwikkeling toeristische bestedingen regio Arnhem/Nijmegen (binnenlandse markt)

In de regio Arnhem Nijmegen	2005	2006	2007
Bestedingen totaal tijdens toeristische vakanties	€ 55.836.000	€ 60.954.000	€ 67.363.000

Bron: RBT KAN

De omvang van de bestedingen is de afgelopen drie jaar gestegen. Er zijn meer verblijfstoeristen gekomen die meer hebben uitgegeven.

Tabel 5.2 Overnachting naar deelregio	Overnachtingen		Toeristische overnachtingen	
	absoluut	%	absoluut	%
Arnhem	276.000	21	163.000	18
Nijmegen	142.000	11	85.000	10
Betuwe	51.000	4	38.000	4
Gelderse Poort	29.000	2	22.000	2
Rijk van Nijmegen	394.000	30	311.000	35
Land van Maas en Waal	120.000	9	114.000	13
Veluwezoom	326.000	25	199.000	22
Liemers	85.000	6	70.000	8
<i>Totaal regio</i>	<i>1.318.000</i>		<i>890.000</i>	

Ruim een derde van het aantal overnachtingen wordt doorgebracht in het Rijk van Nijmegen. Als we alleen de toeristische overnachtingen in ogenschouw nemen, heeft het Rijk van Nijmegen zelfs een marktaandeel van 35%. Het Land van Maas en Waal heeft een aandeel van 9% in het totaal aantal overnachtingen. Van de toeristische overnachtingen komt 13% voor rekening van het Land van Maas en Waal.

Tabel 5.3 bestedingen aan dagtoerisme in de regio Arnhem Nijmegen	Totaal aantal dagtochten	%	Totale bestedingen	%	Werkgelegenheid in fte
Toeristisch	65.375.000	95	1.091.348.000	92	14.889
Zakelijk	3.250.000	5	94.250.000	8	1.082
<i>Totaal regio</i>	<i>68.625.000</i>	<i>100</i>	<i>1.185.598.000</i>	<i>100</i>	<i>15.971</i>

Jaarlijks worden ruim 65 miljoen vrijetijdsactiviteiten uitgevoerd in de regio Arnhem-Nijmegen. Tijdens deze activiteiten wordt bijna 1,1 miljard euro uitgegeven. Winkelen/Funshoppen (38%), uit eten gaan of een terrasje pakken (21%) en uitgaan (6%) brengen veruit het meeste geld in het laatste. Maar ook uitgaan naar bijvoorbeeld een bar, café of discotheek en het bezoeken van toeristische evenementen levert veel op.

Winkelen voor het plezier vindt vooral plaats in de steden, waar het grootste winkelaanbod is. De steden Arnhem en Nijmegen trekken samen 65% van alle funshoppers in de regio Arnhem-Nijmegen. Actieve buitenrecreatie vindt wat meer verdeeld over de verschillende deelregio's plaats.

Bijna 20% van deze activiteiten wordt uitgevoerd in Nijmegen-stad en 15% in de Veluwezoom. De deelregio's Rijk van Nijmegen, Arnhem en de Betuwe nemen elk 12% van de buitenrecreatieve activiteiten voor hun rekening.

Tabel 5.4. Bestedingen tijdens toeristische dagbezoeken aan de regio Arnhem-Nijmegen in 2007 naar soort dagtocht	Aantal dagtochten	Totale bestedingen aan dagtochten	%
winkelen/funshoppen	13.200.000	409.575.000	38
Uit eten gaan/ terrasje pakken	9.531.000	232.593.000	21
Uitgaan (bezoek bar/café/disco)	5.425.000	69.863.000	6
Andere activiteit	4.987.500	68.468.000	6
Bezoek toeristisch evenement	2.375.000	47.248.000	4
Actieve buitenrecreatie (bijv. wandelen, fietsen, golfen)	7.200.000	42.174.000	4
Bezoek natuurgebied	6.719.000	39.355.000	4
Bezoek attractie	2.400.000	35.227.000	3
Bezoek wellnessfaciliteit	1.312.500	32.938.000	3
Bezoek (oude) binnenstad/dorp (met andere redenen dan winkelen, uitgaan of uit eten gaan)	4.950.000	32.448.000	3
Bezoek muziek-evenement	1.662.500	30.061.000	3
Bezoek museum	1.900.000	20.429.000	2
Watergerelateerde activiteit (bijv. zeilen, surfen, varen)	1.237.500	12.737.000	1
Bezoek monument/bezienswaardigheid	1.462.500	9.587.000	1
Bezoek locatie die met de Tweede Wereldoorlog te maken heeft (zoals musea, begraafplaatsen, monumenten)	1.012.500	8.645.000	1
<i>Totaal</i>	65.375.000	1.091.348.000	100

5. Profiel toeristen

5.1 Profiel vakantiegangers

Leeftijd

De leeftijd van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen is een redelijke afspiegeling van de leeftijd van de gemiddelde Nederlander. De regio wordt meer bezocht door Nederlanders tussen de 50 en 60 jaar en juist wat minder door Nederlanders van 60 jaar en ouder.

	< 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	> 60 jaar
Leeftijd vakantiegangers in de regio	21%	19%	20%	21%	19%
Opbouw leeftijd in Nederland	21%	18%	19%	17%	25%

Gezinssamenstelling

De helft van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen maakt onderdeel uit van een huishouden met meerdere personen, maar zonder kinderen onder de 18 jaar. Ruim een kwart (26%) van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen maakt deel uit van een gezin met kinderen tot 12 jaar en 10% van een gezin met kinderen van 13-17 jaar.

Opleidingsniveau

Bijna 70% van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen heeft een middelbare of hoge(re)

opleiding (tegen 64% van de bevolking). De vakantieganger in de regio Arnhem-Nijmegen is dus hoger opgeleid dan gemiddeld.

Herkomst

Vakantiegangers die de regio Arnhem Nijmegen in 2007 bezocht hebben, komen relatief vaak uit Noord- (30%) en Zuid-Holland (21%). Vaker dan op grond van het inwoneraantal verwacht zou worden. Het bezoek uit Limburg, Noord-Brabant en Gelderland zelf blijft juist achter bij de verwachtingen op basis van het aantal inwoners. Vijftien procent van de Nederlanders woont in Noord-Brabant, maar slechts 11% van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen komt uit deze provincie. Desondanks staat Brabant absoluut gezien op de derde plek.

Informatiebronnen vooraf

Het merendeel (70%) van de vakantiegangers in de regio Arnhem-Nijmegen, heeft voorafgaand aan zijn vakantie informatie ingewonnen over het gebied. Dertig procent van de vakantiegangers is onvoorbereid op reis gegaan. Internet is de belangrijkste informatiebron voor vertrek. Bijna 60% van de respondenten noemt het internet. Ook mond-tot-mondreclame is belangrijk, 21% van de respondenten heeft bij (of is door) familie, vrienden en/of bekenden geïnformeerd naar (of over) het gebied.

Het merendeel van de vakantiegangers die vooraf informatie over het gebied heeft ingewonnen deed dit via een zoekmachine zoals Google (69%). Ruim 20% via www.lekkerweg.nl. Één op de tien vakantiegangers noemt de websites van de deelregio's in de regio Arnhem Nijmegen of www.regioarnhemnijmegen.nl.

Informatie tijdens bezoek

Ook tijdens het verblijf in de regio is het internet de belangrijkste informatiebron. 63% van de bezoekers gebruikt het internet tijdens de vakantie. Ruim een derde vindt informatie in bij derden en een kwart gebruikt kaarten, gidsen of plattegronden van de regio. 13% gebruikt geen informatiebronnen tijdens het verblijf.

Boekingsgedrag

Ruim de helft van de respondenten boekte zijn laatste vakantie in de regio Arnhem Nijmegen rechtstreeks bij de accommodatie. Van deze groep boekte ongeveer een derde telefonisch en tweederde via het internet. Eén op de vijf vakantiegangers boekte de laatste vakantie in de regio via een boekingsite, zoals weekendjeweg.nl

Bezoekgedrag

Ruim de helft van de vakantiegangers heeft in 2007 één vakantie in de regio Arnhem-Nijmegen doorgebracht, 18% heeft het gebied twee keer bezocht, 9% drie keer en 5% vier keer. De rest (16%) heeft meer vakanties in de regio Arnhem-Nijmegen doorgebracht.

Vijfenveertig procent van de vakantiegangers die in 2007 de regio Arnhem-Nijmegen bezocht hebben, heeft de Veluwezoom bezocht, 26% Arnhem en 25% de stad Nijmegen. Op de voet gevolgd door het Land van Maas en Waal (24%), het Rijk van Nijmegen (22%) en de Betuwe (22%).

Circa tweederde van de respondenten verbleef tijdens hun laatste verblijf in de regio Arnhem Nijmegen maximaal drie nachten in het gebied. Ruim een kwart verbleef tussen de vier en de negen nachten in de regio en de rest tien nachten of meer. De regio Arnhem-Nijmegen is dus vooral in trek voor korte vakanties.

Het aantal binnenlandse vakanties in de regio Arnhem Nijmegen is harder gestegen dan het landelijk gemiddelde. Het zijn met name de weekendarrangementen en het kort verblijf in de hotels (minder dan 4 dagen) die het hardste groeien. Het aantal overnachtingen tijdens de korte vakanties is ook gestegen. Het bedrag aan bestedingen in toeristische vakanties is in de regio bijna twee keer zo veel gestegen als het landelijke gemiddelde.

Accommodatie

Tabel 6.? Accommodatiesoort laatste verblijf	%	Gemiddeld aantal nachten
Hotel	38	2,3
Bungalowpark	20	5,1
Camping	11	8,9
Vakantiewoning/appartement	9	4,2
Eigen accommodatie (vakantiewoning of stacaravan)	5	8,0
Pension / B&B	3	1,8
Overig	14	3,1
<i>Totaal/gemiddeld aantal nachten</i>	<i>100</i>	<i>4,0</i>

Het aandeel hotelovernachtingen lijkt hiermee ruim boven het gemiddelde in Nederland (22%) te liggen. Gemiddeld verbleven vakantiegangers tijdens hun laatste verblijf in de regio Arnhem-Nijmegen 4 nachten in het gebied. Dat is lager dan in 2004 toen het gemiddelde 4,3 was. Een hotelvakantie duurde gemiddeld 2,3 nachten, een bungalowvakantie ruim 5 nachten en vakantie op een camping bijna 9 nachten.

Activiteiten

Populairste activiteiten tijdens een vakantie in de regio Arnhem-Nijmegen zijn: uit eten gaan (72%), wandelen (67%), en terrasje pakken (61%) en winkelen/funshoppen (57%). De vakantiegangers hebben tijdens hun vakantie in de gemiddeld 4,5 activiteiten ondernomen.

Tabel 6.? Ondernomen activiteiten tijdens de vakantie in de regio Arnhem Nijmegen in 2007	%
Uit eten gaan	72
Wandelen	67
Terrasje pakken	61
Winkelen/funshoppen	57
Bezoek oude stad	45
Fietsen	26
Bezoek museum	21
Bezoek monument/bezienswaardigheid	18
Zwemmen	17
Uitgaan (café/disco)	16
Bezoek attractie	16
Bezoek locatie die met de Tweede Wereldoorlog te maken heeft	9
Bezoek evenement	7

5.2 Profiel zakelijke verblijfsgasten

Ook de zakelijke verblijfsgasten zijn hoger opgeleid dan gemiddeld. De verhouding mannen-vrouwen is bij de zakelijke verblijfsgasten 2:1. Belangrijkste herkomstgebieden voor de zakelijk verblijfsgasten zijn Noord- en Zuid-Holland en Overijssel. Meer dan de helft van de verblijfsgasten verbleef slechts één nacht in het gebied, de gemiddelde verblijfsduur van een zakelijke gast bedraagt twee nachten.

Het internet is de meest geraadpleegde informatiebron voorafgaand aan het bezoek in de regio.

Van de respondenten die hebben aangegeven het internet te raadplegen maakt ruim 60% gebruik van een zoekmachine zoals Google.

Gemiddelde hebben zakelijke bezoekers zeven zakelijke bezoeken (met overnachting) in de regio doorgebracht. Ruim de helft van de zakelijke bezoekers (55%) heeft de regio in 2007 1 of 2 keer bezocht. Er echter is ook een groep (13%) die geregeld (minimaal 11 keer per jaar) met een zakelijk motief in de regio overnacht.

Nijmegen-stad is de deelregio die door het grootste deel van zakelijke verblijfsgasten bezocht is. Zestig procent van de zakelijke verblijfsgasten heeft in 2007 Nijmegen stad bezocht, 53% heeft een zakelijke overnachting in Arnhem doorgebracht en de helft van de zakelijke gasten is in het Rijk van Nijmegen (excl. Nijmegen-stad) geweest.

Het merendeel (56%) van de respondenten die in 2007 (ook) met een zakelijk motief de regio Arnhem-Nijmegen bezocht hebben, verbleef tijdens het laatste bezoek aan deze regio in een hotel. Eén op de tien respondenten overnachtte in een vakantiewoning, appartement of bungalow.

Uit het onderzoek van ZKA in 2005 blijkt dat de stroom zakelijke verblijfstoeristen redelijk constant is. 11% komt uit de regio zelf, 72% uit overig Nederland en 17% uit het buitenland.

5.3 Profiel dagbezoekers

De kenmerken van de dagtoerist komen overeen met die van de verblijfstoerist als we kijken naar leeftijd, gezinssamenstelling en opleidingsniveau.

Dagtoeristen die de regio Arnhem Nijmegen in 2007 bezocht hebben, komen relatief vaak uit Gelderland zelf (21%) of uit de aangrenzende provincies. Vijftien procent van de dagtoeristen komt uit Noord-Brabant, 10% uit Utrecht en 7% uit Overijssel. Het aantal dagtoeristen uit deze provincies is (iets) hoger dan je op basis van het inwonertal zou verwachten. Absoluut gezien komen er ook veel dagbezoekers uit Zuid- en Noord-Holland. Bijna 80% van de vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders worden in een straal van 20 kilometer rondom de eigen woning uitgevoerd

Ongeveer de helft van de dagbezoekers kwam in 2007 één á twee keer naar het gebied. De rest vaker. Gemiddeld wordt het gebied jaarlijks 13 keer bezocht door een dagbezoeker. Meer dan de helft van de dagtoeristen bezoekt het gebied met twee personen.

Toeristische dagbezoekers winnen voorafgaand aan hun bezoek minder vaak informatie in over de regio dan de verblijfsgasten. Circa de helft van de dagbezoekers doet dit. Bij de dagbezoekers die dit doen is internet de belangrijkste informatiebron.

Tabel 6. ? Ondernomen activiteiten tijdens het dagbezoek en de frequentie van deze activiteit in de regio Arnhem Nijmegen in 2007	%	Frequentie
Winkelen/funshoppen	66	3,2
Terrasje pakken/ Uit eten gaan	61	2,5
Bezoek natuurgebied	43	2,5
Bezoek oude stad/dorp	36	2,2
Actieve buitenrecreatie (wandelen, fietsen, golfen)	36	3,2
Uitgaan (café/disco)	28	3,1
Bezoek attractie	24	1,6
Bezoek museum	19	1,6
Bezoek evenement	19	2,0
Bezoek muziek-evenement	14	1,9
Bezoek monument/bezienswaardigheid	13	1,8

Bezoek wellnessfaciliteit	10	2,1
---------------------------	----	-----

Van de respondenten die de regio Arnhem-Nijmegen in 2007 bezocht hebben is 66% er minstens één keer gaan winkelen. Ruim 60% is in de regio uit eten gegaan of heeft een terrasje gepakt. Op de derde plaats staat 'bezoek natuurgebied', 43% van de dagtoeristen in de regio Arnhem-Nijmegen heeft in 2007 een of meerdere keren een natuurgebied in deze regio bezocht.

Opvallend is dat veel van de activiteiten die door een groot deel van de mensen uitgevoerd worden (participatie) ook relatief vaak uitgevoerd worden (frequentie). Zesenzestig procent van de respondenten ging in 2007 gemiddeld 3,2 keer winkelen en 61% van de respondenten pakte in dat jaar 2,5 keer een terrasje of ging uit eten.

Tabel 6.? Deel van de dagtoeristen dat in 2007 een bepaalde deelregio heeft bezocht	%
Arnhem	57
Nijmegen	51
Veluwezoom	32
Betuwe	28
Gelderse Poort	19
Rijk van Nijmegen	19
Land van Maas en Waal	19
Liemers	12

Ruim de helft van het aantal dagtoeristen heeft in 2007 Nijmegen bezocht en 19% is minstens één keer naar het Land van Maas en Waal en/of Rijk van Nijmegen gegaan.

Recreatief winkelen is economisch gezien de belangrijkste dagrecreatieve activiteit. Hier wordt bijna € 40 per persoon aan uitgegeven. De bestedingen bedragen 70% van de totale economische betekenis van het dagtoerisme. Daarnaast levert de routegebonden buitenrecreatie (16%) een belangrijke bijdrage. Gemiddeld wordt bijna € 18 per persoon uitgegeven. Andere grote uitgaven per persoon zijn tijdens een bezoek aan een pretpark, evenement of wellnessfaciliteit.

Meest tevreden over natuur en landschappelijke omgeving

Uit de toeristische monitor van 2006 is gebleken dat de bezoekers de regio het meest prijzen om de natuur en de landschappelijke omgeving, met een gemiddelde van maar liefst een 8,3 bij de Nederlandse en een 8,0 bij de Duitse bezoekers. De Duitse bezoekers zijn net als de Nederlanders ook erg te spreken over de sfeer en ambiance van de stad. Daarnaast zijn de Duitsers relatief zeer tevreden over de bereikbaarheid van de regio en de service/ gastvrijheid.

De natuur(schoon) en de sfeer/gezelligheid (m.n. van de steden) worden het vaakst genoemd als meest positieve punt van de dagtocht. Ook de voorzieningen zelf (attracties, musea, winkelaanbod, etc) worden genoemd. Daarnaast worden de nabijheid en het weer genoemd als positieve aspecten. De omgeving/natuur wordt ook zeer vaak genoemd als aspect waarop de regio Arnhem-Nijmegen zich in positieve zin onderscheidt van andere regio's in Nederland. Daarnaast wordt regelmatig de combinatie van natuur met cultuur/historie en vermaak (attracties, evenementen, winkelen) genoemd. De hoge tevredenheid komt ook tot uiting in een aanzienlijk deel van de bezoekers die aangeeft dat ze geen negatief punt van de dagtocht kunnen noemen en ook geen verbeteringsuggesties. Punten die hier wel bij zijn genoemd als negatief zijn de parkeergelegenheid (aanbod en prijs), de afstand, de prijs, de drukte in de steden en het weer. Als verbeterpunten wordt met name de parkeersituatie (capaciteit en prijs) genoemd alsmede de bereikbaarheid (met name van de steden) en de bewegwijzering.

5.4 Profiel zakelijke dagbezoekers

Bijna driekwart van de Nederlanders die (ook) een zakelijk dagbezoek aan de regio Arnhem Nijmegen hebben gebracht, heeft een middelbare of hoge(re) opleiding (tegen 64% van de bevolking). De zakelijke dagbezoeker in de regio Arnhem-Nijmegen is dus hoger opgeleid dan gemiddeld.

Zakelijke dagbezoekers in de regio Arnhem-Nijmegen kwamen in 2007 relatief vaak uit Gelderland zelf (22%) of uit de aangrenzende provincies. 17% van de zakelijke dagbezoekers komt uit Noord-Brabant en 16% uit Zuid-Holland.

Minder dan de helft (47%) van de zakelijke dagbezoekers in de regio Arnhem Nijmegen, heeft voorafgaand aan zijn bezoek informatie ingewonnen over het gebied. Ruim de helft heeft geen informatiebronnen gebruikt. De respondenten die wel informatie hebben ingewonnen hebben gemiddeld 1,8 bronnen geraadpleegd. Internet is de belangrijkste informatiebron voor vertrek, 30% van de zakelijke dagbezoekers noemt deze bron. Ook mond-tot-mondreclame is belangrijk, 13% van de respondenten heeft bij (of is door) familie, vrienden en/of bekenden geïnformeerd naar (of over) het gebied. 11% heeft van de respondenten heeft zelf al (positieve) ervaring(en) met de regio. Het internet (40%), de eigen positieve ervaring (22%) en de informatie van familie, vrienden of bekenden (15%) zijn de bronnen met de meeste invloed.

Het merendeel (74%) van de zakelijke dagbezoekers die voorafgaand aan hun bezoek aan de regio via het internet informatie heeft ingewonnen deed dit via een zoekmachine zoals Google. 17% via www.lekkerweg.nl, 8% noemt www.regioarnhemnijmegen.nl en 4% de websites van de regio's.

Gemiddeld hebben de zakelijke dagbezoekers de regio Arnhem-Nijmegen in 2007 bijna 9 keer bezocht. Bijna de helft (47%) heeft de regio één of twee keer bezocht, 13% drie of vier keer, 21% tussen de vijf en tien keer en nog eens 16% tussen de 20 en de 50 keer. De rest is in 2007 vaker dan 50 keer in de regio Arnhem-Nijmegen geweest voor een zakelijk dagbezoek.

Net als bij de 'gewone' dagbezoekers zijn winkelen, uit eten gaan of een terrasje pakken en het bezoeken van een natuurgebied de populairste activiteiten. Uitaard noemen de zakelijke dagbezoekers vaker werkgerelateerde activiteiten zoals het volgen van een cursus of training en het bezoeken van een zakelijke beurs of tentoonstelling.

Ruim de helft van de zakelijke dagbezoekers van de regio Arnhem-Nijmegen heeft in 2007 één of meerdere keren een bezoek aan Arnhem gebracht. De helft van de bezoekers is minstens één keer in Nijmegen-stad geweest en 20% heeft in 2007 het Land van Maas en Waal bezocht.

5.5 Bekendheid van de regio bij toeristen

Tabel 4: Percentage bekend met namen deelregio's

	Nederlanders			Duitsers	
	verblijf	dagtocht	Nooit-bezoeker	Verblijf	Dagtocht
Land van Maas en Waal	94,2%	94,4%	89,2%	43,7%	33,3%
Rijk van Nijmegen	48,1%	46,5%	16,5%	57,1%	49,4%

Bron: ZKA Consultants & Planners december 2005

Uit tabel 4 blijkt dat de Nederlanders de merknaam "Land van Maas en Waal" beter kennen dan "Rijk van Nijmegen". Dat geldt zowel voor mensen die in beide regio's zijn geweest als voor de nooit-bezoekers. Van de nooit-bezoekers kent maar liefst 89% de naam Land van Maas en Waal terwijl slechts 16% ooit gehoord heeft van het Rijk van Nijmegen. Opvallend is dat zowel de Duitse verblijfstoerist als dagtoerist beter bekend is met het Rijk van Nijmegen dan met het Land van Maas en Waal.

5.6 Profiel niet-bezoekers

In de toeristische monitor 2006 is ook onderzoek gedaan naar het profiel van de toeristen die niet naar deze regio komen.

Het profiel van de nooit-bezoekers van de regio Arnhem-Nijmegen is afgezet tegen het profiel van de Nederlandse bevolking en de bezoekers. Hieruit kan worden afgeleid dat de niet-bezoekers:

- Naar verhouding uit een grote groep vrouwen bestaat (56,1%);
- Relatief jonger zijn (41,2% is jonger dan 34 jaar tegen 29,4% van de Nederlandse bevolking en ruim 30% van de bezoekers van de regio);
- Minder hoog opgeleid zijn ('slechts' 21,6% is hoog opgeleid tegen 28,0% van de Nederlandse bevolking en circa 35% van de bezoekers);
- Relatief weinig uit het oosten van Nederland komen (12,9% tegen 19,5% van de Nederlandse bevolking)

Reden om hier niet op vakantie te komen

De genoemde redenen om nog nooit in de regio Arnhem-Nijmegen een verblijf te hebben doorgebracht is zeer divers. Hierbij worden zelden negatieve aspecten van de regio zelf genoemd. Meestal heeft men andere voorkeuren (met name het buitenland, de kust of andere gebieden/steden in Nederland). Een grote groep geeft ook aan geen specifieke reden te hebben en nog nooit er aan gedacht te hebben in de regio op vakantie te gaan. Een deel (circa 15%) geeft ook aan de regio niet aantrekkelijk te vinden. Meestal specificiert men dit niet. Degene die dat wel deden zeiden met name dat er te weinig te beleven is in de regio.

Reden om hier geen dagtocht te houden

Net als voor de vakanties zijn de genoemde redenen om nog nooit voor een dagtocht naar de regio Arnhem-Nijmegen te zijn gegaan zeer divers. Verreweg het meest wordt de verre afstand genoemd. Daarnaast noemen verschillende niet-bezoekers dat ze de regio niet interessant/aantrekkelijk genoeg vinden. Tevens is een groep onvoldoende bekend met de regio en de mogelijkheden aldaar en hebben ze de regio nooit overwogen als bestemming voor een dagtocht.

6. Verblijfsaccommodaties in Wijchen

Tabel 6.1	Accommodatie	Plaats	Omvang
Camping	Het Scharrelnest	Wijchen	15 plaatsen
	De Morgenster	Bergharen	22 plaatsen
	Recreatiecentrum Alverna	Alverna	oppervlakte van ong. 8 hectare
	Camping Bij de 3 Linden	Alverna	25 plaatsen
	Vakantieboerderij 't Kuyperke	Batenburg	10 plaatsen
Hotels	Hotel restaurant Hoogeerd	Niftrik	58 bedden
	Hotel Umberto	Alverna	64 bedden
Bed&breakfast	De Bongerd	Leur	5 bedden
	De Terp	Hernen	8 bedden
	Boscottage Kilima	Bergharen	1 vrijstaande cottage
	De Hebkesberg	Bergharen	8 bedden
	De Donk	Bergharen	2 bedden
	Familie Van Vliet	Hernen	3 bedden
	Tuin de Brinkhof	Hernen	2 bedden
	Hof van Kaatje	Wijchen	10 bedden
	Onder de Linden	Balgoij	4 bedden
Bungalows / appartementen / particuliere	Familie Van den Berg	Niftrik	1 vakantieappartement
	Wighenerhorst	Wijchen	94 bungalows (elk 6 bed-

re vakantiewoning			den)
	Vakantieboerderij 't Kuyperke	Batenburg	3 kampeerbungalows (6 bedden)
Groepsaccommodatie	De Puitenburgh	Leur	17 bedden
	De Merwerd	Leur	14 bedden
	De Capellenhof	Leur	15 bedden
	Vakantieboerderij 't Kuyperke	Batenburg	22 bedden