



MEMO

Van: Ronald ter Hoeven
Aan: Gemeenteraad
Datum: 21 maart 2024

Onderwerp

Visie recreatie en toerisme; Van leefbaarheid tot bloeiende vrijetijdssector.

Naar aanleiding van de behandeling van de concept visie in de voorbereidende vergadering van de gemeenteraad op 12 maart jl. zijn er twee zaken aan de orde gekomen die schriftelijk worden afgehandeld. Hier volgen de reacties.

1: “Wat is de onderbouwing van de keuze voor de doelgroepen die via leefstijlen zijn bepaald?”

Antwoord

Ter inleiding:

Er wordt al geruime tijd niet meer gewerkt met doelgroepen zoals gezinnen met jonge kinderen, 50+’ers, alleenstaanden, stellen zonder kinderen etc. Daarvoor in de plaats zijn doelgroepen geformuleerd gebaseerd op interesse en leefstijl, de leefstijlvinder. In de visie maken we hier gebruik. De Leefstijlvinder is een segmentatiemodel die in de sector veel wordt gebruikt. Op de Veluwe wordt hier o.a. veel mee gewerkt als ook door TVAN¹ en in de Groene Metropoolregio Arnhem Nijmegen. Daarnaast zijn er veel ondernemers in de regio en in het land die dit model gebruiken om meer grip te krijgen op het profiel van hun gast en gerichte investeringen te doen.

Voor wat betreft de analyse voor de visie is geconstateerd dat de rustzoeker het sterkst vertegenwoordigd is onder de inwoners van de gemeente Rheden en de bezoekers (daggasten en verblijfs gasten).

Op pagina 13 is te lezen dat er kansen liggen voor diverse andere doelgroepen. Een doelgroep bestempelden we als kansrijk zodra we zien dat de vraag groter is dan het beschikbare aanbod. Dit hebben we onderzocht in het visietraject:

- Verblijfs gasten: avontuurzoeker, stijlzoeker en inzichtzoeker. Hiervoor is de onderbouwing:
 - Deze mensen zoeken de pareltjes op en niet de grootschalige ketens. Juist kleinschaligheid, zoals kamperen bij de boer, een B&B in een historisch pand, vernieuwende concepten etc. Soms met een luxe uitstraling. En juist die ruimte willen we zoeken én benutten binnen de gemeente Rheden.Effect: door aandacht hierop te vestigen en inwoners/ondernemers te stimuleren dit op te pakken, kunnen we het aantal verblijfs gasten laten toenemen.
- Daggasten: stijlzoeker, avontuurzoeker, plezierzoeker en inzichtzoeker. De onderbouwing:
 - Deze gasten zijn op zoek naar aanbod gericht op luxe, verdieping, comfort en een bepaalde mate van exclusiviteit en uitdaging. Denk hierbij aan culturele activiteiten, op pad gaan in de natuur (maar niet met z’n allen naar hetzelfde plekje op de Posbank, ze zoeken juist plekken die wat rustiger zijn of onontdekt).

¹ Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, marketing- en promotiebureau

Effect: door zogenaamde Points of Interests te promoten, aanbod te genereren etc. kunnen we het (herhaal)bezoek van de daggast en/of inwoner laten plaatsvinden op een andere plek, een kunst- & cultuurroute laten volgen etc. We pakken dit met de branche op.

- Horecabezoek: avontuurzoeker, rustzoeker en plezierzoeker. Voor deze specifieke sector zien we kansen voor de ondernemers in de horeca. Zorg voor laagdrempelige, eigentijdse concepten, lokale producten op de menukaart en gezellige sfeer.

Effect: vooral positieve reviews (online of mond-op-mond) genereren meer bezoek. Dat zorgt voor behoud van voorzieningen en werkgelegenheid.

Zie www.leefstijlvinder.nl voor meer informatie over de verschillende leefstijlen.

In overleg met de sectoren, die ook betrokken zijn geweest bij de analyse van het aanbod, gaan we kijken hoe we de kansen kunnen gaan verzilveren. We gaan niet op de stoel van de ondernemer zitten, maar zien een rol voor ons weggelegd in stimuleren en faciliteren. Dat kunnen we bijvoorbeeld doen door kennis te delen.

Qua aanbod wil je ervoor zorgen dat verschillende type inwoners geschikt aanbod kunnen vinden in de gemeente. Een goede balans tussen vraag en aanbod is gewenst. Qua promotie is het belangrijk om gerichte keuzes te maken en op een aantal doelgroepen te focussen. Met betrekking tot het laatste punt denken wij dat liefhebbers van natuur, erfgoed en cultuur goed bij Rheden passen: de inzicht-, verbinding-, stijl- en avontuurzoeker. Hoeveel geschikt aanbod er al is varieert dus per groep. Vanzelfsprekend zijn de leefstijlen geen keurslijf, evenals dat ook de eerder gebruikte doelgroep benadering dat niet was. Het blijft een manier om het aanbod aan te passen, uit te breiden en accenten te leggen.

2: Handhaving daar waar terreineigenaren niet wil dat toeristen het gebied betreden en de gemeente geen rol heeft.

De gemeente gaat alleen over het toezicht in onze eigen terreinen en daar hebben we onze eigen toezichthouder voor. Het is niet aan de gemeente om toezicht te houden in terreinen van derden. De grote terreineigenaren hebben hun eigen toezichthouders en voor de gemeente is hier geen rol in weggelegd.

3. Aanpassing tekst visie

Op pagina 34 van de visie staat een passage over de *deelname aan FRIS*. Dit leidde tot verwarring aangezien de gemeente Rheden op haar terreinen niet overgaat tot betaald parkeren of daar in de nabije toekomst plannen voor heeft. Dit is daarom verwijderd uit de visie. De korte termijn slaat op de mogelijke invoering vignetten op de Veluwe. Daarover wordt in de Veluwe Alliantie een besluit genomen.

Zijn er in de toekomst plannen vanuit het project en hebben die gevolgen, positief of negatief, voor de gemeente Rheden dan informeren we de raadsleden en zo nodig vragen we de raad om een besluit. De aangepaste visie met de gewijzigde tabel is toegevoegd aan de reeks documenten.