

# RAPPORTAGE 0-METING GEBIEDSMARKETING WEST BETUWE

mei 2023

---

Dit is een  
coproductie  
van:

GEMEENTE  
**WEST  
BETUWE**



Bureau Buhrs  
communicatie &  
gebiedsmarketing

# INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	2
2. DOELSTELLINGEN, INDICATOREN EN KWALITATIEVE GEGEVENS	3
3. O-METING PER DOELGROEP	5
DOELGROEP: BEWONERS	5
DOELGROEP: BEDRIJVEN	12
DOELGROEP: BEZOEKERS	22
4. AANBEVELINGEN	29
BIJLAGEN	33

# 1. INLEIDING

In november 2021 is het beleid Gebiedsmarketing – ‘West Betuwe op de kaart’ vastgesteld. In dit beleid is opgenomen dat de gemeente West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland nog beter op de kaart wil zetten. Dat laatste niet alleen in de beleving van de potentiële bezoekers, maar ook in die van de eigen inwoners en ondernemers.

Om dit te bereiken wordt een uitvoeringsplan voor de gebiedsmarketing opgesteld met doelstellingen, middelen en activiteiten. Voorafgaand hieraan voeren we een 0-meting uit. Deze 0-meting maakt doelstellingen meetbaar en leidt tot verantwoorde keuzes betreffende marketingmiddelen en -activiteiten.

Daarnaast heeft de 0-meting als doel om inzichtelijk te maken waar de gemeente op dit moment staat bij het op de kaart zetten van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland. Ook staat omschreven hoe dit zich verhoudt tot de doelstellingen gesteld in het beleidsdocument Gebiedsmarketing – ‘West Betuwe op de kaart’. Immers, gebiedsmarketing gaat om een belofte richting de doelgroepen (West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland), maar bovenal om bewijs: de belofte moet worden waargemaakt. In beleid, in beleving, in communicatie en in aanbod.

Onderstaand wordt een basisset aan criteria omschreven, die essentieel is om de positie van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland te kunnen verzilveren. De gekozen belofte wordt krachtiger, naarmate de bewijsvoering voor het aanbod en ambassadeurschap sterker wordt. De basisset bestaat uit de volgende criteria:

## **Basisset bewijsvoering aanbod:**

- Aantal fruiticonen als unique selling points
- Aantal fruitteeltbedrijven totaal
  - Aantal m2 tuinbouw open grond
  - Aantal m2 tuinbouw onder glas
- Omzet van de fruitsector
- Aantal werknemers in de fruitsector
- Aantal fruitstallen
- Aantal fruitautomaten
- Aantal streek- en boerderijwinkels
- Aantal initiatieven ontwikkeld door bedrijven op het gebied van fruit en/of agro-toerisme in West Betuwe

## **Basisset bewijsvoering ambassadeurschap:**

- De mate waarin inwoners West Betuwe zouden aanbevelen om te wonen en te bezoeken
- De mate waarin de inwoners van West Betuwe fruit gerelateerde zaken als kenmerkend voor West Betuwe noemen
- Aantal stuks fruit dat inwoners van West Betuwe eten

## 2. DOELSTELLINGEN, INDICATOREN EN KWALITATIEVE GEGEVENS

Ten behoeve van de 0-meting zijn per doelgroep (bewoners, bedrijven en bezoekers) **doelstellingen** geformuleerd. De geformuleerde doelstellingen zijn afkomstig uit het beleidsdocument Gebiedsmarketing – ‘West Betuwe op de kaart’ (2021) en aangescherpt in overleg met het projectteam Gebiedsmarketing van de gemeente West Betuwe. De 0-meting helpt om deze doelstellingen meetbaar te kunnen formuleren. De doelstellingen ondersteunen de missie van de gemeente West Betuwe per doelgroep.

Per doelstelling zijn **indicatoren** geformuleerd, waaraan de doelstelling kan worden afgemeten. Bijvoorbeeld bij de doelstelling ‘Meer bezoekers trekken’ is het aantal bezoekers aan attracties en/of campings bijvoorbeeld een indicator. Aangezien naast gebiedsmarketing ook andere factoren hierop van invloed kunnen zijn, noemen we per doelstelling vaak meerdere indicatoren. Wanneer meerdere indicatoren na de start van de gebiedsmarketing een positieve ontwikkeling aangeven, kan dat erop duiden dat er een positieve ontwikkeling gaande is in het behalen van de doelstellingen van de gebiedsmarketing.

De indicatoren zijn voornamelijk **kwantitatief**. Het zijn cijfers over bijvoorbeeld de hoeveelheid verblijfsmogelijkheden, het aantal bezoekers aan attracties, het aantal samenwerkingsverbanden en initiatieven. Cijfers en aantallen zijn afkomstig uit diverse monitors, onderzoeken, rapportages en jaarverslagen (voor een overzicht van bronnen zie Bijlage 6).

Als aanvulling en toelichting op deze cijfers maken we gebruik van **kwantitatieve gegevens**. Dit zijn meningen, ideeën en belevingen van bewoners, ondernemers, (samenwerkings)partners, bedrijven en bezoekers over bijvoorbeeld het op de kaart zetten van West Betuwe en hoe er wordt samengewerkt. Deze gegevens komen uit interviews (zie Bijlage 5), verslagen van eerdere werksessies en enquêtes.

Om het effect van de gebiedsmarketing inzichtelijk te maken, dient er om de twee jaar op de indicatoren te worden gemeten. Dit geeft tevens ruimte om te evalueren en indien nodig bij te sturen. Via een dashboard worden de scores op de indicatoren bijgehouden en gemonitord.

## O-METING OP BASISSET

We onderscheiden een basisset met criteria die essentieel zijn om de positie van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland te kunnen “claimen”. De basisset omvat die fruit gerelateerde zaken, die als bewijsvoering gelden voor de belofte ‘West Betuwe, dé fruitgemeente van Nederland’. De gekozen belofte wordt krachtiger, naarmate de bewijsvoering voor het aanbod en ambassadeurschap sterker wordt. Hieronder staat de huidige score van West Betuwe op de criteria uit de basisset.

### Basisset bewijsvoering in aanbod

Criteria bewijsvoering	Score (in absolute cijfers)
Aantal fruiticonen als unique selling point	2023: 10
Totaal aantal fruitteeltbedrijven	2023: 177
Aantal m2 tuinbouw op open grond	2021: 168231 m2
Aantal m2 tuinbouw onder glas	2021: 42990 m2
Omzet fruitsector	Onbekend op gemeentelijk niveau
Aantal werknemers in fruitsector	Onbekend op gemeentelijk niveau
Aantal fruitstallen	2020: 89
Aantal fruitautomaten	Onbekend op gemeentelijk niveau
Aantal streek- en boerderijwinkels	2022: 33
Aantal initiatieven ontwikkeld door bedrijven op het gebied van fruit en agro-toerisme in West Betuwe	In 2017-2021: 6
Aantal studenten Fruit Tech Campus	April 2023: meer dan 300 studenten

### Basisset bewijsvoering ambassadeurschap

Criteria bewijsvoering	Score (in percentages)
De mate waarin inwoners West Betuwe zouden aanbevelen om te wonen en te bezoeken	2023: 95% beveelt West Betuwe aan als plek om te wonen. NPS: 29,7
	2023: 96% beveelt West Betuwe aan als plek om te bezoeken. NPS: 37,1
Mate waarin bewoners fruit gerelateerde zaken als kenmerkend voor West Betuwe noemen	2023: 76,3% noemt fruit(teelt) en bloesem als meest kenmerkend voor de gemeente West Betuwe
Aantal stuks fruit dat bewoners van West Betuwe eten	2023: 86,4% eet elke dag één of meerdere stuks fruit

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

In de volgende hoofdstukken zoomen we dieper in op de stand van zaken van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland. We kijken hierbij naar doelgroep en doelstelling. De hierboven genoemde basiscriteria maken daar onderdeel van uit en worden verder toegelicht.

### 3. 0-METING PER DOELGROEP

Het doel van de gebiedsmarketing is om West Betuwe nog beter op de kaart zetten als dé fruitgemeente van Nederland. Dit willen we zowel bij bewoners (waaronder bewonersorganisaties/-verenigingen), bedrijven als bezoekers.

Hieronder staat per doelgroep een aantal doelstellingen. Per doelstelling hebben we een aantal **indicatoren** benoemd. Vervolgens beschrijven we de **uitkomsten** en sluiten we af met een conclusie.

*NB: de gegevens voor de uitkomsten van de indicatoren zijn afkomstig vanuit bestaande data, aangeleverd door de gemeente West Betuwe en een flitspeiling onder bewoners, uitgevoerd in februari 2023.*

#### DOELGROEP: BEWONERS

De missie van de gemeente voor deze doelgroep luidt:

Gemeente West Betuwe omarmt samen met alle bewoners het motto:  
*"Wij leven in de fruitgemeente van Nederland!"*

De onderstaande doelstellingen ondersteunen deze missie:

##### Doelstelling 1

Bewoners gedragen zich als ambassadeur van West Betuwe. Het gaat er hierbij om dat bewoners zich verbonden voelen met West Betuwe als fruitgemeente, daar trots op zijn en dit uitdragen.

##### Indicatoren

- De mate waarin bewoners West Betuwe aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen om te wonen en waarom (Net Promotor Score).
- De mate waarin bewoners West Betuwe aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen om te bezoeken en waarom (Net Promotor Score).
- De mate waarin bewoners fruit gerelateerde kenmerken (fruit, fruitlandschap, bloesem, etc.) benoemen als sterk punt van West Betuwe.
- De mate waarin bewoners zelf op dagelijkse basis fruit consumeren.
- De mate waarin bewoners fruit lokaal kopen.
- De mate waarin bewoners lokaal fruit als cadeau weggeven.

## Net Promotor Score (NPS)

De Net Promotor Score (NSP) wordt veel gebruikt door commerciële bedrijven als managementtool om de klantloyaliteit te meten. Aan de hoogte van de NPS score plus bijbehorende motivatie is af te lezen in welke mate West Betuwanaren hun gemeente zouden aanbevelen om te wonen of te bezoeken.

De NPS wordt als volgt berekend:

De metric bestaat uit de vraag: 'Hoe waarschijnlijk is het dat je, op een schaal van 0 tot 10, West Betuwe zou aanbevelen aan anderen om te wonen/bezoeken?'. Daaruit ontstaan drie categorieën:

- Promotors (met antwoord 9 en 10)
- Passives (met antwoord 7 en 8)
- Detractors (met antwoord 0 t/m 6)

Om de NPS te berekenen, wordt het percentage promotors met het percentage detractors verminderd. De uitkomst wordt als absoluut getal weergegeven. Dit getal ligt tussen de -100 en 100. Een NPS tussen de 0 en 100 is positief. In dat geval zijn respondenten tevreden en geneigd West Betuwe aan te bevelen. Hoe dichterbij de 100, hoe waarschijnlijker ze West Betuwe aanbevelen.

## Uitkomsten

### **Indicator: De mate waarin bewoners West Betuwe zouden aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen om te wonen en waarom (Net Promotor Score).**

Uit de flitspeiling, uitgevoerd onder bewoners in 2023, komt een Net Promotor Score naar voren van 29,7. Van de 404 respondenten beveelt 95% West Betuwe aan anderen aan, om in te (blijven) wonen. Dit zijn respondenten die deze vraag met een 6 of hoger hebben beantwoord. Dit duidt erop dat de West Betuwanaren trots zijn op hun gemeente. 311 respondenten hebben hun antwoord toegelicht. Daarin wordt 'de omgeving' het meest genoemd als reden om in West Betuwe te willen wonen. Woorden als 'prachtige', 'mooie', 'fantastische' en 'fijne' worden veelvuldig gebruikt om de omgeving te beschrijven. Het woord 'mooi' wordt door meer dan 100 respondenten gebruikt om West Betuwe te beschrijven. Het 'rivierenlandschap (de Linge en Waal)' en het 'landelijk wonen' wordt door 58 respondenten benoemd. Ook de 'rust' en het 'rustige wonen' wordt veel (59 keer) benoemd. De 'centrale ligging in Nederland' is ook een veelgenoemde reden om in West Betuwe te wonen (45 keer benoemd).

Ten slotte wordt 'het fruit', 'de bloesem' en 'de boomgaarden' door 46 respondenten benoemd als reden om in de gemeente te willen wonen.

Aspecten zoals 'betaalbaar wonen' en 'de gemeenschap' worden maar weinig genoemd als redenen om in West Betuwe te wonen. Een paar keer wordt opgemerkt dat er een traditionele gemeenschap in West Betuwe woont.

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

### **Indicator: De mate waarin bewoners West Betuwe aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen om te bezoeken en waarom (Net Promotor Score).**

Uit de flitspeiling, uitgevoerd onder bewoners in 2023, komt een Net Promotor Score naar voren van 37,1. Onder de 307 respondenten die deze vraag hebben beantwoord, zou 96% West

Betuwe aanbevelen aan anderen om te bezoeken. Dit zijn respondenten die deze vraag met een 6 of hoger hebben beantwoord. Hiervan hebben 296 respondenten hun antwoord toegelicht. Het 'fruit' en de 'fruitteelt' wordt door meer dan 100 respondenten benoemd als reden om West Betuwe aan te bevelen aan anderen om te bezoeken.

Daarnaast wordt door veel respondenten de omgeving benoemd: 'het rivierenlandschap' en 'de mooie groene omgeving' (70 keer benoemd) waar je goed kunt 'wandelen en fietsen' (64 keer benoemd). Een aantal keer wordt genoemd dat het er in het fruitseizoen (april t/m september) prachtig is, maar dat er buiten het seizoen niet veel te doen is. Ook wordt 13 keer gerefereerd aan 'de Bloesemtocht', waarbij een aantal keer benoemd wordt dat het jammer is dat deze er momenteel niet meer is.

Daarnaast wordt benoemd dat er veel te doen is in de omgeving, zoals genieten van het rivierenlandschap, de historische gebouwen, mooie stadjes en dorpen, cultuur, watersport, klompenpaden, struinroutes, tentoonstellingen, lezingen, winkelaanbod en restaurants.  
Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

**Indicator: De mate waarin bewoners fruit gerelateerde kenmerken (fruit, fruitlandschap, bloesem, etc.) noemen als sterk punt van West Betuwe.**

In de flitspeiling (2023) vroegen we bewoners om aan te geven wat zij het meest kenmerkend vinden aan de gemeente West Betuwe. Als bewoners vaak fruit noemen als sterkste punt van de gemeente, is het aannemelijk dat zij dit ook uitdragen naar anderen. Deze vraag is beantwoord door 295 respondenten. De antwoorden op deze vraag leiden tot de volgende top 5:

1. Fruit(teelt) en bloesem (76,3%)
2. Aantrekkelijk (rivier)landschap (71,2%)
3. Centrale ligging in Nederland/bereikbaarheid (56,9%)
4. Rust (36,3%)
5. Groene omgeving (19,7%)

De grootste groep noemt fruit(teelt) en bloesem als meest kenmerkend voor de gemeente.  
Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

**Indicator: De mate waarin bewoners zelf fruit consumeren op dagelijkse basis.**

Vanuit de ambassadeursrol is het belangrijk dat inwoners van West Betuwe zelf ook fruit consumeren. Daarnaast is het moeilijk om de positie van fruitgemeente van Nederland overeind te houden als de eigen inwoners relatief weinig fruit eten.

86,4% van alle respondenten eet dagelijks fruit, waarbij 43% 2 stuks per dag eet. Nog geen 4% geeft aan (bijna) geen fruit te eten.

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

**Indicator: De mate waarin bewoners fruit lokaal kopen.**

In West Betuwe kun je niet alleen fruit kopen in de supermarkt, maar ook veel op andere plekken. Hoewel een kwart van de respondenten uit de flitspeiling (2023) aangeeft fruit bij de supermarkt te kopen, geeft 27% aan dit (ook) te doen bij een lokale boerderij- of streekwinkel. Daarnaast geeft 21% aan fruit bij een fruitstalletje langs de weg te kopen en 14% op de lokale markt. Een klein aantal (7%) geeft aan zelf fruit te kweken.

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*



### Indicator: De mate waarin bewoners lokaal fruit als cadeau weggeven.

De meeste inwoners vinden fruit een goed cadeau om weg te geven. Meer dan 80% van de respondenten uit de flitspeiling (2023) geeft fruit of een fruitproduct wel eens weg als cadeau. Daarnaast vindt 12% het een goed cadeau om weg te geven, maar heeft het zelf nog nooit gedaan.

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

### Aanvulling/toelichting

- Tijdens een werksessie met bewonersorganisaties en -verenigingen op 31 maart 2021 brachten deelnemers naar voren dat zij de indruk hebben dat veel inwoners zich (nog) niet verbonden voelen met West Betuwe maar meer met de kern waarin ze wonen, of met de Betuwe als streek.
- De deelnemers aan de werksessie met bewonersorganisaties en -verenigingen voor het Contourenadvies zien fruit wel als het sterkste punt van de gemeente, maar dit zou sterker benadrukt moeten worden. Zij benadrukten hierbij de rol van de omliggende gemeenten in de fruitteelt.

"Als je de fruitteelt regio genoemd wilt worden moet je ook aantrekkingskracht hebben op fruittelers, die nu eerder omliggende gemeenten verkiezen boven West-Betuwe."

"Het idee van het idyllische Betuwe is dat mensen nog met fruitladders kersen uit de boom halen. Maar dat is natuurlijk niet meer, ze werken nu met allemaal technische sorteermachines etc. Dus zou je moeten bedenken hoe die enorme gebouwen aantrekkelijker gemaakt kunnen worden."

"De echte fruitteelt regio? Op de fruitteelt campus en veiling na, zie je dat naburige gemeenten hier toch verder in zijn en de telers veel beter faciliteren."

- Uit de flitspeiling, uitgevoerd in 2023, komt fruit en fruitteelt naar voren als de voornaamste reden om West Betuwe aan te bevelen om te bezoeken.

"Er is geen mooiere plek om te wonen dan in de Betuwe. Elk jaargetij weer: lente is bloesem, zomer is groeien, herfst is pluktijd, en winter is snoeien en de bomen laten rusten."

"Wij zijn een paar maanden geleden in de West Betuwe komen wonen en we vinden het nu al een fijne plek. Als ik voorheen aan deze streek dacht dan was het vooral om de kersenbloesem met daarna de heerlijke kersen. Ik kijk er dan ook naar uit om straks alle mooie bloesems om me heen te zien en daar dan tussen te wonen. In de korte tijd dat we hier wonen merk ik aan alles dat ik in de fruitstreek woon. Appels en peren proeven die hier geteeld worden. Verder moet ik nog heel veel ontdekken en kan ik alleen maar trotser worden op onze nieuwe woonplek."

"West Betuwe is het bezoeken meer dan waard. Waar anders dan hier vind je een combinatie van een uniek landschap, authentieke dorpen en stadjes, prachtige wandel-, fiets- en vaarroutes langs bloesem en fruitbomen en kun je genieten van pareltjes van gastvrijheid met een bijzondere beleving."

Bron: *Verslag werksessie bewonersorganisaties en -verenigingen voor Contourenadvies 31 maart 2021*

Bron: *Flitspeiling onder bewoners (2023)*

## Conclusie doelstelling 1

- Op basis van de NPS blijkt dat bewoners West Betuwe een aantrekkelijke gemeente vinden en het aan anderen zouden aanraden om er te wonen en te bezoeken. De bewoners zijn wat dit betreft ambassadeur van West Betuwe. Wel voelen bewoners zich vooral verbonden met de eigen kern en minder met West Betuwe als geheel.
- Het fruit, de fruitteelt en de bloesem wordt veelvuldig benoemd als reden om in West Betuwe te wonen of een bezoek te brengen. Daarnaast wordt het aantrekkelijke (rivieren)landschap, de centrale ligging, de rust en groene omgeving genoemd als reden.
- Uit de werksessies met bewonersorganisaties en -verenigingen komt naar voren dat veel bewoners het rivierenlandschap het sterkste en aantrekkelijkste punt vinden van West Betuwe, en dat fruit gerelateerde kenmerken, zoals fruit en bloesem veel minder vaak worden genoemd. Opvallend komt uit een recentere peiling (2023) een positiever beeld naar voren. Daarin wordt fruit(teelt) veel vaker genoemd als het meest kenmerkend voor de gemeente. Ook wordt het vaak genoemd als reden om de gemeente aan te raden aan anderen om in te wonen en te bezoeken.
- De meeste bewoners van West Betuwe eten elke dag fruit. De bewoners benutten ook de lokale fruitteelt. Zo wordt fruit ook lokaal gekocht en als cadeau weggegeven.
- Het totale fruitaanbod en de fruitteelt (inclusief de innovatie) mag een prominentere plek krijgen in de gebiedsmarketing en gemeentelijke beleid.

## Doelstelling 2

Stimuleren verbinding binnen en tussen de kernen van West Betuwe. Het gaat dan om initiatieven die het breder gebruik van activiteiten en evenementen, dus over de kernen heen of tussen meerdere kernen, stimuleren. Maar denk hierbij ook aan het verbinden en het organiseren van nog meer activiteiten/evenementen.

### Indicator:

- **Het aantal activiteiten en evenementen over de kernen heen, maar binnen West Betuwe, en het aantal bezoekers per activiteit en evenement.**

### Uitkomsten:

Een stijging van het aantal activiteiten en evenementen in West Betuwe breed en een stijging van het aantal bezoekers, kan erop duiden dat er meer verbinding ontstaat tussen de kernen van West Betuwe. En dat meer bewoners gebruik maken van West Betuwe brede activiteiten en evenementen.

Op basis van bestaande (gedateerde) bronnen zien we dat in West Betuwe de volgende activiteiten en evenementen over de kernen heen worden georganiseerd. Hierbij vormen de eigen inwoners de voornaamste doelgroep. Indien bekend wordt het aantal bezoekers vermeld <sup>1</sup>. Er zijn geen data beschikbaar over waar deze bezoekers precies vandaan komen:

---

<sup>1</sup> Nog niet van alle evenementen en activiteiten is het aantal bezoekers bekend, dit kan uit de vergunningaanvragen worden gehaald.

1. **Festivate (april):** muziekfestival in Geldermalsen. Begonnen als festival voor Geldermalsen, maar inmiddels voor heel Rivierenland. In 2022 was er plek voor ca. 5.000 bezoekers (ca. 3.000 bezoekers in 2019).
2. **Rode Kruis Bloesentocht (april):** wandeltocht door de Betuwe voor het goede doel met entertainment onderweg (34.542 deelnemers in 2019). Dit evenement is gestopt per 2023.
3. **Tour aan de Waal (mei):** het bevrijdingsevenement van Rivierenland, gaat ook langs enkele kernen in West Betuwe (aantal deelnemers onbekend).
4. **Betuwse 26 dorpentocht (mei):** fietstocht (50km, 100km en 130 km) door heel West Betuwe. De route van 100 km gaat langs alle 26 kernen (ruim 800 deelnemers in 2018).
5. **Ode aan de Linge (juni):** festival in de Heemtuin in Geldermalsen (750 deelnemers in 2022)
6. **Openluchttheater Erfgoedverhalen (juni):** meerdere dagen in de maand juni in de dorpen Heeselt en Varik, waarbij verhalen verteld worden uit beide dorpen (maximaal 120 deelnemers per jaar).
7. **Open atelierroute WaardArt (september):** route langs kunstenaars in heel West Betuwe (ruim 2500 bezoekers in 2021).

*Bronnen:*

- *Lijst evenementen aangeleverd door gemeente*
- *Website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)*
- *Cijfers aangeleverd door gemeente*

Ook de volgende terugkerende activiteiten/evenementen kunnen voor meer verbinding zorgen<sup>2</sup>:

- Muziekvoorstellingen
- Traditionele dorpsfeesten, zoals het zomerfeest in Haaften
- De Dikke Banden Race in Rhenoy
- Praalwagens in Rumpt
- Boeruh Rock in Herwijnen
- Gondelvaart op de Linge in Tricht
- De karakteristieke jaarmarkten in kernen

Bron: *Kadernota Cultuur en Kunst 2020 – 2023*

Er is een activiteitenagenda waar organisatoren hun culturele activiteit op kunnen melden: <https://www.beleefwestbetuwe.nl/agenda>. Niet alle evenementen en activiteiten staan daar momenteel op. De verwachting is dat de lijst met activiteiten en evenementen in West Betuwe langer is. Op dit moment is de gemeente West Betuwe bezig met het inzichtelijk maken van het aantal afgegeven vergunningen en meldingen voor evenement. Dit geeft inzicht in het aantal en type activiteiten en evenementen, maar nog niet in het aantal deelnemers en waar zij vandaan komen.

<sup>2</sup> Aantal bezoekers niet bekend. Dit kan uit de vergunningaanvragen worden gehaald.

## Conclusie doelstelling 2

- Op dit moment heeft Gebiedsmarketing via het team Vergunningen en APV wel zicht op het aantal en type activiteiten en evenementen, maar niet op het daadwerkelijk aantal deelnemers en waar zij vandaan komen. Met name als het evenement voor een eerste keer wordt georganiseerd ontbreekt deze informatie. Hierdoor kan niet optimaal worden gestuurd op het evenementenaanbod.
- De genoemde activiteiten en evenementen passen wel bij West Betuwe als fruitgemeente en agro-toeristische gemeente, maar het aantal evenementen dat fruit als hoofdthema heeft, is beperkt, zeker met het wegvallen van de Bloesemtocht. Om West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland meer te laden, kan de gemeente meer activiteiten/evenementen met het (hoofd)thema fruit stimuleren/initiëren.

## DOELGROEP: BEDRIJVEN

De missie van de gemeente voor deze doelgroep luidt:

Gemeente West Betuwe omarmt samen met bedrijven en ondernemers het motto:  
"Wij ondernemen en werken in dé fruitgemeente van Nederland!"

### Doelstelling 1

Het behouden van de aanwezigheid van fruit gerelateerde bedrijvigheid en deze beleefbaar maken, als bewijsvoering voor het zijn van dé fruitgemeente van Nederland.

### Indicatoren

- **Aantal fruiticonen als unique selling points.**
- **Aantal fruit gerelateerde ondernemers.**
- **Totaal aantal fruitteelt bedrijven.**
  - Aantal m2 tuinbouw open grond.
  - Aantal m2 tuinbouw onder glas.
- **Omzet van de fruitsector.**
- **Aantal werknemers in de fruitsector.**
- **Aantal studenten aan de Fruit Tech Campus**

### Uitkomsten

#### **Indicator: Aantal fruiticonen als unique selling points.**

Op basis van de externe workshop Uitvoeringsplan (7 februari 2023) zijn 10 fruiticonen te onderscheiden:

- Fruitmasters
- Fruitteelt
- Fruit Tech Campus
- Veiling
- Boomgaarden
- Vers fruit: Kazi-appels, peren, bramen, kersen
- Bloesem
- Hoogstam op de dijk
- Heemtuin Geldermalsen
- Vitaminemuur

Bron: *Externe workshop 17 februari 2023*

#### **Indicator: Het aantal fruit gerelateerde ondernemers.**

Er zijn 177 fruitteeltbedrijven in West Betuwe.

#### **Indicator: Aantal m2 tuinbouw open grond.**

Er is 168.231m2 aan tuinbouw op open grond in West Betuwe.

**Indicator: Aantal m2 tuinbouw onder glas.**

Er is 42.990m2 aan tuinbouw onder glas in West Betuwe.

**Indicator: Omzet van de fruitsector.**

Momenteel onbekend op gemeentelijk niveau.

Bron: *Statline, Landbouw; gewassen, dieren en grondgebruik naar gemeente, 2022*

**Indicator: Aantal werknemers in de fruitsector.**

Momenteel onbekend op gemeentelijk niveau.

**Indicator: Aantal studenten aan de Fruit Tech Campus**

De Fruit Tech Campus is pas kort in bedrijf. In het studiejaar 2019/2020 werd nog er nog niemand aan de campus opgeleid. Vanaf september 2020 t/m december 2022 zijn er meer dan 225 mensen opgeleid. Ondertussen zijn er een aantal bij gekomen en staat de teller in april 2023 op meer dan 300 studenten.

**Conclusie doelstelling 1**

- West Betuwe heeft veel fruitteeltbedrijven, fruit gerelateerde bedrijvigheid en een fruit gerelateerd opleidingsinstituut die de positie van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland onderstreept. Behoud van dit aantal is belangrijk om ook in de regio een sterke positie te hebben. De mate waarin deze bedrijven beleefbaar zijn, is onvoldoende in beeld. Wel is dit een belangrijke voorwaarde voor de ambitie om de fruitgemeente van Nederland te zijn en deze ambitie te laten omarmen door bewoners en bedrijven/ondernemers.
- De Unique Selling Points betreffen een grote variatie die zowel aantrekkelijk zijn voor bedrijven, bewoners als bezoekers.

**Doelstelling 2**

Bedrijven werken meer en beter samen op het onderwerp agro-toerisme en fruitgemeente, niet alleen binnen de regio, maar vooral ook met relevante lokale partners uit de 5 O's (overheid, ondernemers, onderwijs, onderzoek en ondernemende inwoners)

**Indicatoren:**

- **Het aantal ondernemers/organisaties uit West Betuwe dat deelneemt aan het samenwerkingsinitiatief Betuws Best.**
- **Het aantal ondernemers/organisaties dat deelneemt aan het Platform Toeristische en Recreatieve ondernemers en het aantal leden TaskForce.**
- **Het aantal samenwerkingsinitiatieven dat ontstaat tijdens de jaarlijkse netwerkbijeenkomst van de gemeente.**
- **Het aantal ondernemers/organisaties dat meedoet aan het waardebonnenboekje.**

### **Uitkomsten:**

Uit het rapport Agrotourisme 2021 blijkt dat er in regio Rivierenland veel ontwikkelingen zijn op het gebied van agro-toerisme. Echter is er nog weinig samenwerking tussen de kleinschalige initiatieven. Betuws Best is één van de weinige initiatieven hierin.

### **Indicator: Het aantal ondernemers/organisaties uit West Betuwe dat deelneemt aan het samenwerkingsinitiatief Betuws Best.**

*Betuws Best* is het streekproductenmerk dat vanuit het streekmerk 'Betuwe' door Bureau Toerisme (BT) uitgedragen wordt. Met name richting toeristen/bezoekers als doelgroep. Ondernemers die streekproducten verkopen, kunnen zich hierbij aansluiten. Het aantal ondernemers uit West Betuwe bij *Betuws Best* is 28 (totaal aantal deelnemers aan *Betuws Best* is 53 in 2022). Zie voor de specificatie van deze ondernemers Bijlage 2.

### **Indicator: Het aantal ondernemers dat deelneemt aan het Platform Toeristische en Recreatieve ondernemers en aantal leden TaskForce.**

Om samenwerking (en kennisdeling) te bevorderen heeft de gemeente West Betuwe een *platform* voor toeristische en recreatieve ondernemers opgericht. Een *TaskForce* vertegenwoordigt dit platform. Met de *TaskForce* bespreekt de gemeente allerlei zaken met betrekking tot recreatie en toerisme. Het aantal deelnemers van het platform is 99. De *TaskForce* bestaat uit 9 leden (2022).

Bron: *Gegevens aangeleverd door gemeente*

### **Indicator: Het aantal samenwerkingsinitiatieven dat ontstaat tijdens een (jaarlijkse) netwerkbijeenkomst van de gemeente.**

Om samenwerking te bevorderen tussen ondernemers binnen West Betuwe heeft de gemeente op 9 maart 2022 de eerste netwerkbijeenkomst Recreatie en Toerisme en Kunst en Cultuur georganiseerd. Hier zijn 13 concrete samenwerkingsinitiatieven uit ontstaan (zie voor de initiatieven bijlage 3). De ideeën voor initiatieven zijn voornamelijk recreatief-cultureel. Ze sluiten qua aard en inhoud goed aan op de propositie van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland en agro-toeristische gemeente. Geen enkel initiatief is echter direct gerelateerd aan fruit.

Op 9 maart 2023 werd de tweede netwerkbijeenkomst georganiseerd. Er lijken nog geen concrete samenwerkingsinitiatieven te zijn ontstaan naar aanleiding van de bijeenkomst. Tijdens de bijeenkomst hebben deelnemers voornamelijk praktische zaken met elkaar afgestemd.

Bron: *Gegevens aangeleverd door gemeente*

### **Indicator: Het aantal ondernemers dat meedoet aan het waardebonnenboekje.**

Met het waardebonnenboekje worden toeristen verleid een bezoek te brengen aan de bijzondere locaties en belevingen in West Betuwe en worden adressen beschikbaar gesteld voor het kopen van mooie streekproducten. Het waardebonnenboekje bevat tal van waardebonnen waarmee de bezoeker korting krijgt of een bijzonder aanbod op een locatie. In 2021 waren hiervan 25.000 exemplaren gedrukt. In 2021 deden er 23 ondernemers/organisaties mee.

Bron: *Gegevens aangeleverd door gemeente*

## Aanvulling/toelichting

- Uit de interviews en werksessies (2021) blijkt dat ondernemers en bedrijven behoefte hebben en bereid zijn om samen te werken. Echter blijft dit voornemen door hun dagelijkse drukke werkzaamheden en targets vaak enkel bij een intentie. Het voorstel vanuit ondernemers en bedrijven is dan ook dat de gemeente dit faciliteert en initieert. Ook zou de gemeente vinger aan de pols moeten houden bij gezamenlijke initiatieven, zoals die zijn ontstaan tijdens de netwerkbijeenkomst van 9 maart 2022. De gemeente zou daarbij een ondersteunende rol moeten krijgen en dient niet de regie naar zich toe te trekken.
- De deelnemers aan de werksessie noemen de oprichting van het Platform en TaskForce toeristische en recreatieve ondernemers een goede ontwikkeling. Aangegeven wordt dat dit platform nog in een beginfase verkeert en dat de gemeente het wel moet blijven aanjagen. Al hebben ondernemers/organisaties hierin ook een verantwoordelijkheid, zij hebben immers ook belang bij een goede gebiedsmarketing.
- Deelnemers aan de werksessies missen een vanzelfsprekende vindplaats, waar bijvoorbeeld de ondernemers in agro-toerisme elkaar (digitaal) kunnen ontmoeten of waar partijen die in aanpalende velden werken kunnen aanhaken. Veel (agrarische) bedrijven zijn niet op de hoogte dat Bureau Toerisme ook voor agro-toeristische bedrijven diverse activiteiten en evenementen organiseert. Daarnaast bestaat er een ambtelijke werkgroep Agrotourisme vanuit Regio Rivierenland, waar de gemeente in zit.
- Vanuit de fruitbranche wordt naar voren gebracht dat bij de gebiedsmarketing nauw samengewerkt moet worden met de Fruit Tech Campus. De campus zou als spin off kunnen fungeren voor allerlei ontwikkelingen op fruitgebied. Bijvoorbeeld voor rondleidingen, verhalen over de innovatieve fruitsector, de ontwikkeling van het fruit jaarrond, etc.
- Tips om initiatieven te bevorderen zijn: het in het zonnetje zetten van inspirerende voorbeelden en samenwerkingen, de fiets- en wandelroutes te gebruiken om met ondernemers samen het verhaal van West Betuwe te vertellen, etc.
- Tijdens de interviews en werksessies kwam meermaals de vraag naar voren of de samenwerkingsinitiatieven zich wel zouden moeten beperken tot de gemeentegrenzen. Een bezoeker trekt zich immers niets aan van die gemeentegrenzen.

## Bronnen:

- *Rapport Agrotourisme 2021 van Zwart – Van Kessel: 'Beleving vanuit Betuws DNA'*
- *Verslag netwerkbijeenkomst Agro-toerisme en cultuur 9 maart 2022.*
- *Verslagen werksessies Contourenadvies Gebiedsmarketing West Betuwe 2021*
- *Interviews met stakeholders (zie bijlage 5)*

## Conclusie doelstelling 2

- Op basis van het rapport Agrotourisme, het ondernemersplatform en de netwerkbijeenkomst kan worden geconcludeerd dat er langzamerhand meerdere samenwerkingen ontstaan. Van de gemeente wordt hierbij een faciliterende en stimulerende rol verwacht, zonder dat zij de regie hierin overnemen. Het is van belang om hier actief blijvend op te stimuleren. Na de eerste netwerkbijeenkomst in 2022 zijn meerdere samenwerkingen ontstaan. Echter is na de tweede netwerkbijeenkomst in 2023 op gemeentelijk niveau nog geen samenwerkingsinitiatief bekend.



- De oprichting van het Platform Toeristische en Recreatieve ondernemers met de TaskForce als vertegenwoordiger van dit platform wordt als positief ervaren.
- Naast de gemeente West Betuwe zelf zijn ook andere partijen bezig om bedrijven en organisaties bij elkaar te brengen, of hebben de wens daar een rol in te spelen. Zoals Bureau Toerisme, de Fruit Tech Campus of Fruit Masters.
- Niet recreatief georiënteerde bedrijven, zoals agrariërs, zijn vaak nog onbekend met de activiteiten van marketingorganisaties als Bureau Toerisme.

### Doelstelling 3

Bedrijven hebben meer kennis van wat er al gebeurt om West Betuwe op de kaart te zetten.

Op het moment van de nulmeting is niet kwalitatief inzichtelijk in hoeverre ondernemers/organisaties kennis hebben van de gebiedsmarketing van West Betuwe. Als vertrekpunt gaan we uit van wat we wel weten.

#### Aanvulling/toelichting

- Bedrijven en ondernemers kunnen terecht bij Bureau Toerisme voor kennis en ideeën over hoe zij zichzelf beter op de kaart kunnen zetten, binnen de Betuwemarketing (streekmarketing). Agrariërs kennen Bureau Toerisme en de activiteiten van het bureau echter vaak niet.
- Daarnaast is de oprichting van het Platform voor toeristische en recreatieve ondernemers een belangrijke stap voor kennisdeling en -uitwisseling. Tot op heden richt dit platform zich nog op de toeristische en recreatieve ondernemers. Dit versterkt de kruisbestuiving tussen de bedrijven in de breedte in West Betuwe minimaal. Begin maart 2023 zijn er stappen gezet met een bredere netwerkbijeenkomst. Ook is er een periodieke nieuwsbrief opgezet.

Bron: *verslagen werksessies Contourenadvies Gebiedsmarketing West Betuwe en interviews met stakeholders*

#### Conclusie doelstelling 3

- De oprichting van het Platform voor toeristische en recreatieve ondernemers en het organiseren van de eerste netwerkbijeenkomst op 9 maart 2022 zijn belangrijke stappen in het meenemen van de ondernemers/organisaties in de gebiedsmarketing.
- Omdat de oprichting van het Platform Toeristische en Recreatieve ondernemers met de TaskForce als vertegenwoordiger van dit platform als positief ervaren wordt, kan worden verkend of dit platform ingezet kan worden voor het informeren van bedrijven. Alternatief is een online nieuwsbrief over activiteiten en initiatieven vanuit de gebiedsmarketing waarmee ondernemers en organisaties regelmatig op de hoogte worden gehouden en enthousiast kunnen worden gemaakt. Een andere mogelijkheid is het uitbreiden van de website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) met een ondernemersdeel, inclusief een nieuwsbrief.

#### Doelstelling 4

Bedrijven maken meer onderdeel uit van een netwerk en werken mee aan kennisontwikkeling en -deling tussen en voor ondernemers, zodat conceptontwikkeling in het agro-toerisme in het gebied ondersteund wordt.

#### Indicator

- **Aantal deelnemers uit West Betuwe aan netwerkbijeenkomsten**

#### Uitkomsten

##### Indicator: Aantal deelnemers uit West Betuwe aan netwerkbijeenkomsten

- *Recreatie en Toerisme, Kunst en Cultuur*, voor het eerst georganiseerd door de gemeente West Betuwe en Refresh Your Value op 9 maart 2022, met als doel om tot nieuwe samenwerkingen en producten te komen. Bij deze bijeenkomst namen 29 ondernemers/organisaties en 4 samenwerkingspartners aan deel. Op 9 maart 2023 werd de tweede netwerkbijeenkomst georganiseerd. Hier namen 21 ondernemers/organisaties en 4 samenwerkingspartners aan deel. Zie voor de deelnemerslijst Bijlage 3.
- *Opening van het toeristisch seizoen*, jaarlijks georganiseerd door Bureau Toerisme. Bij de opening op 11 maart 2022 waren zo'n 150 ondernemers en organisaties vanuit de toeristische en recreatieve sector aanwezig. Het is onbekend hoeveel deelnemers uit West Betuwe kwamen.
- *Nationale Kersenparty*, georganiseerd door de Fruit Delta. Ieder jaar wordt dit evenement in een andere gemeente georganiseerd. Hier treffen partijen (overheden, onderwijs en onderzoek en organisaties) elkaar die (gaan) samenwerken aan maatschappelijke opgaven. Het event draait om verbintenissen en om de maatschappelijke opgaven van de toekomst aan te pakken. Tijdens de Kersenparty op 3 juni 2022 waren er 250 deelnemers aanwezig, waarvan omstreeks 150 uit West Betuwe.

#### Bronnen:

- Website: [www.bureautoerisme.nl](http://www.bureautoerisme.nl),
- Website: [www.FruitDelta.nl](http://www.FruitDelta.nl)
- Website: [www.fruitmasters.nl](http://www.fruitmasters.nl)

#### Aanvulling/toelichting

- Fruit Masters (met Fruit Delta) organiseert regelmatig bijeenkomsten voor fruittelers. Dit zijn zowel netwerkbijeenkomsten als kennisdeelsessies. Behalve over innovaties gaat het bijvoorbeeld ook over het aantrekkelijk inrichten van de fruitboomgaarden en over agro-toerisme.

Bron: *interview Fruit Masters*

#### Conclusie doelstelling 4

- Er is behoefte aan onderling contact tussen de ondernemers en bedrijven. Dat blijkt uit de hoge opkomst bij netwerkbijeenkomsten waar een mix van ondernemers, organisaties, overheden en onderwijs elkaar treffen. West Betuwe kan gebruik maken van deze behoefte voor het stimuleren van samenwerking en kennisdeling.

- De bestaande netwerken zorgen in beperkte mate voor binding tussen fruittelers en agro-toerisme. Met name de kersenparty brengt verschillende type organisaties en bedrijvigheid bij elkaar. Deze kruisbestuiving is essentieel voor West Betuwe om de belofte van dé fruitgemeente van Nederland, die ook beleefbaar is voor recreatiedoeleinden, te verzilveren. West Betuwe kan een aanjagende rol innemen binnen deze bestaande netwerken.

### Doelstelling 5

West Betuwe zorgt voor meer kwalitatief aanbod van verblijfs- en dagrecreatie in agro-toerisme door o.a. inbedding van bestaande agrarische bedrijven (zoals fruitstallen langs routes, beleving van streekproducten en focus op ambachten).

### Indicatoren

- **Aantal campings.**
- **Aantal B&B's.**
- **Aantal bedden ter overnachting.**
- **Aantal fruitstallen langs de weg.**
- **Aantal streek-/boerderijwinkels.**
- **Aantal thema fiets- en wandelroutes.**
- **Aantal recreatieve ondernemers met kwaliteitsstempel Blauwe vlag.**
- **Aantal recreatieve ondernemers met kwaliteitsstempel Green Key.**

### Uitkomsten

De groei van het agro-toerisme is te zien aan de groei van het aanbod aan overnachtingsmogelijkheden bij agrarische bedrijven, het aantal fruitstallen en streek- en boerderijwinkels. Ook de professionalisering van het aanbod en de groei van het aantal ondernemers/organisaties met een kwaliteitsstempel, laten zien dat het kwalitatieve aanbod groeit. Indicatoren die een beeld geven van dit (agro-)toeristische aanbod zijn:

#### **Indicator: Aantal campings.**

West Betuwe heeft 18 campings waarvan 9 agro-gerelateerd.

#### **Indicator: Aantal B&B's.**

West Betuwe heeft 79 B&B's waarvan 9 agro-gerelateerd.

#### **Indicator: Aantal bedden ter overnachting.**

Op gemeentelijk niveau nog onbekend.

#### **Indicator: Aantal fruitstallen langs de weg.**

West Betuwe kent 89 plekken waar landbouwproducten aan huis worden verkocht.

#### **Indicator: Aantal streek- en boerderijwinkels.**

West Betuwe heeft 33 streek- en boerderijwinkels.

#### **Indicator: Aantal recreatieve ondernemers met kwaliteitsstempel Blauwe vlag**

West Betuwe heeft één recreatieve ondernemer met een Blauwe vlag.

### **Indicator: Aantal recreatieve ondernemers met kwaliteitsstempel Green Key.**

West Betuwe heeft 1 recreatieve ondernemer met een Green Key.

### **Indicator: Aantal thema fiets- en wandelroutes**

West Betuwe heeft 28 thema fietsroutes en 24 thema wandelroutes. Bij 12 fietsroutes wordt in de beschrijving de boomgaarden en het fruit expliciet genoemd. Daarvan stellen de Lingeroute, Betuwse Bloesemroute, Betuweroute, Kersen eten langs de Linge, Fietsroute Betuwe routes en Puur Betuws het fruit het meest centraal in hun fietsroute. Onder de wandelroutes verwijzen 10 in hun beschrijving naar de boomgaarden en fruit.

#### Bronnen

- *cijfers aangeleverd door gemeente*
- *website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)*

#### **Aanvulling/toelichting**

- Behalve de Bloesemtocht zijn er thema wandel- en fietsroutes, zoals de Lingeroute, Vloedschurenroute, Kunstroute, Neerijnenroute, Betuweroute en Langs de liniesroute. De meeste van deze routes lopen langs één of meerdere rivier(en), forten, historische dorpjes en langs fruitgaarden en -bomen. Bij bijna de helft van de fiets- en wandelroutes wordt verwezen naar het fruit(landschap).

Bron: *website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)*

#### **Conclusie doelstelling 5**

- In West Betuwe is er aanbod voor zowel verblijfsrecreatie (overnachtingsmogelijkheden) als dagrecreatie. Binnen het aanbod is fruit als hoofdthema nog beperkt aanwezig.
- Op dit moment hebben twee recreatieve ondernemers een kwaliteitsstempel Blauwe Vlag (1) en Green Key (1).

#### **Doelstelling 6**

Bedrijven in het agro-toerisme ontwikkelen meer in eigen gebied en/of voelen zich uitgenodigd om ontwikkelingen in West Betuwe te vervolgen en/of realiseren.

#### **Indicator:**

- **Het aantal initiatieven ontwikkelt door bedrijven op het gebied van fruit en/of agro-toerisme in West Betuwe.**

## Uitkomsten:

Er zijn verschillende initiatieven gerealiseerd door bijdragen uit het Regionaal Investeringsfonds. Deze initiatieven zijn ingediend/opgezet in de periode van 2017 t/m 2021. Initiatieven daarbinnen die samenhangen met fruit, agro-toerisme/business zijn:

1. **Discovery Freshmonitor:** een initiatief van Service2Fruit uit Geldermalsen, bestaande uit een webapplicatie dat marktinformatie aanbiedt over de fruithandel. Het platform onderzoekt de informatiebehoefte van ondernemers uit Rivierenland en ontwikkelt/test de bijbehorende managementtools. Het resultaat: innovatieve methoden en technieken van de concurrentiepositie van het regionale bedrijfsleven.
2. **Boomgaard van de toekomst:** een pilot voor het opzetten van een duurzame boomgaard. Deze pilot biedt het goed verkennen en realiseren van een afzet-/ketenaanpak voor het duurzaam telen en het creëren van een perceel. Binnen dit perceel kunnen afnemers, fruittelers en betrokkenen kennis nemen en delen van de fruitteelt met als doel: verdere verduurzaming.
3. **GPS-Boomgaardspuit:** een initiatief van Hol Spraying Systems (HSS) uit Geldermalsen, betreffende het uitvoeren van demonstraties bij fruittelers en in de proeftuin Randwijk met een GPS-gestuurde boomgaardspuit tijdens het teeltseizoen van 2018-2019. De resultaten worden gedeeld met de fruitsector en andere stakeholders.
4. **Smartpacker:** een innovatieve verpakrobot. Na uitvoerig testen werd de innovatieve verpakrobot geplaatst in een verpaklijn van appels. Er worden enkele aanpassingen aan het station gedaan en operators getraind om de robot te kunnen bedienen. Dit initiatief werd ingediend door FruitMasters Veiling.
5. **Wegwijs in de Betuwe:** op initiatief van Stichting Kunst en Cultuur West Betuwe zijn er bij vier routes toeristenborden geplaatst bij belangwekkende toeristische hotspots, zoals monumenten, gebouwen, kunstwerken, etc. In het voorjaar van 2023 presenteert de stichting haar vijfde route in het project Wegwijs in de Betuwe. Daar worden momenteel nieuwe toeristenborden voor ontwikkeld. Ook is er een website ontwikkeld met dagdeals en informatie over de hotspots en ondernemers uit de omgeving. De functie is driedelig:
  - 1) Actuele informatie verschaffen aan bezoekers, inwoners en passanten over het culturele erfgoed.
  - 2) De economie en marketing bevorderen via de digitale koppeling.
  - 3) Het netwerk vormt de basis voor nieuwe toeristische rijd-, fiets- en wandelroutes.
6. **Fruit Tech Campus:** het innovatie- en opleidingsprogramma van Fruit Tech Campus in Geldermalsen verbetert de verbinding tussen beschikbare arbeid en de vraag naar steeds meer fruit(technisch) geschoolde arbeid. De Fruit Tech Campus versterkt de positie van de regio Rivierenland in de Noordwest Europese Fruitteelt. De kracht van de Fruit Tech Campus zit in de combinatie van onderwijsvernieuwing (leven lang leren), innovatie versterken door onderwijs (onderzoekend leren, leren onderzoeken) en een community van bedrijfsleven, waaronder start-ups in fruit, data en technologie (cluster/campus gedachten). Op de campus daagt het bedrijfsleven het onderwijs uit om de juiste opleidingen te leveren.

Bron: *Rapport Regionaal Investeringsfonds 2017-2021*

## Aanvulling/toelichting

- Bij ondernemers en organisaties is er behoefte om te ontwikkelen en samenwerkingen van de grond te krijgen.
- Ze wensen daarbij een hands-off strategie van de gemeente: wel een financiële bijdrage en betrokkenheid, maar de regie bij de ondernemers zelf laten.
- Als grootste knelpunt ervaren ondernemers en (bewoners)organisaties de huidige wet- en regelgeving. Het beleid van de gemeente zorgt ervoor dat ontwikkelingen niet altijd mogelijk zijn. De ondernemers en organisaties vinden dat de regelgeving gelijk moet worden getrokken binnen Rivierenland, zodat agro-toerisme ruim baan krijgt. Bijvoorbeeld ten aanzien van de fruitstalletjes, maar ook ten aanzien van verkoop van andere producten in boerderijwinkels en de mogelijkheden van nevenactiviteiten in het buitengebied. De basishouding van de gemeente West Betuwe moet meer gericht zijn om initiatieven te stimuleren. Met andere woorden: "Wat kan wel?". Ook vraagt dit om duidelijkere en snellere communicatie.

Bronnen: *Rapport Agrotourisme: 'Beleving vanuit Betuws DNA en interviews met ondernemers (2021; Zwart – Van Kessel). Externe workshop Uitvoeringsplan 7 februari 2023.*

## Conclusie doelstelling 6

- Er zijn in de periode van 2017 t/m 2021 in West Betuwe meerdere initiatieven ontwikkeld gerelateerd aan fruit, agro-business en agro-toerisme. Innovatie en duurzaamheid zijn belangrijke thema's binnen deze initiatieven.
- Ondernemers en organisaties willen graag uitgenodigd worden betrokken zijn bij ontwikkelingen en samenwerkingen.
- Desalniettemin ervaren ondernemers de huidige wet- en regelgeving vanuit gemeente West Betuwe betreffende het agro-toerisme als knelpunt. Er is veel behoefte aan een meer open houding vanuit de gemeente waarbij ondernemers beter gefaciliteerd worden.

## DOELGROEP: BEZOEKERS

De missie van de gemeente voor deze doelgroep luidt:

Gemeente West Betuwe omarmt samen met alle bezoekers het motto:  
*"Wij bezoeken dé fruitgemeente van Nederland!"*

De volgende doelstellingen dragen bij aan deze missie:

### Doelstelling 1

West Betuwe draagt bij aan een balans tussen aanbod, toeristische druk en draagkracht van Regio Rivierenland (doel van Regio Rivierenland).

### Indicatoren:

De Monitor Vrijtijdseconomie Rivierenland (2018) laat zien dat de economische betekenis van de dag-recreatieve sector voor Regio Rivierenland in 2018 werd geschat op €296 mln. Van de verblijfs-recreatieve sector werd deze geschat op €76 mln. De bijdrage van toerisme en recreatie voor de economie van West Betuwe is niet bekend. Wel kunnen de volgende indicatoren bij een volgend meetmoment een groei van het toerisme en recreatie in West Betuwe laten zien.

Bron: *Monitor Vrijtijdseconomie Rivierenland 2018*

- **Aantal overnachtingen op basis van de toeristenbelasting**
- **Aantal gebruikers fiets- en voetveren**
- **Aantal deelnemers landelijke evenementen**
- **Aantal bezoekers grootste attracties: Heerlijkheid Mariënwaerdt en Geofort**
- **Aantal banen in toerisme en recreatie**
- **Bijdrage toerisme en recreatie aan de economie van West Betuwe**
- **Bijdrage aan een jaarrond aanbod van toerisme om spreiding te waarborgen**

## Uitkomsten:

### Indicator: Aantal overnachtingen op basis van de toeristenbelasting

Als het aantal overnachtingen stijgt, duidt dit op een stijging van het meerdaags bezoek aan West Betuwe. Het aantal overnachtingen per jaar is te berekenen op basis van de toeristenbelastinginkomsten. Toeristenbelasting wordt berekend per persoon, per overnachting, en geldt voor 67 adressen in 2019 en 73 adressen in 2020. Het totaal aan toeristenbelastinginkomsten komt neer op 171.828,- EUR in 2019, 166.207,- EUR in 2020 en 219.463,- EUR in 2021. De daling in 2020 is naar waarschijnlijkheid te wijden aan de invloeden van de coronapandemie.

Bij een toeristenbelasting per overnachting van 1,05 euro betekent:

- 163.800 overnachtingen in 2019
- 158.000 overnachtingen in 2020
- 209.012 overnachtingen in 2021

Bron: *Jaarstukken gemeente West Betuwe 2019 en 2020*

### Indicator: Aantal gebruikers fiets- en voetveren

De fiets- en voetveren varen alleen in het toeristisch hoogseizoen en worden voornamelijk gebruikt door bezoekers. Een stijging in het aantal gebruikers kan duiden op een stijging van het aantal bezoekers/toeristen.

Voor het veer over de Waal Varik-Heerewaarden gelden de volgende cijfers:

Varik-Heerewaarden, Waal	2019	2021
Voetgangers	1.330	974
Fietsers	13.262	9.350
Kinderen	584	405
<b>Totaal</b>	<b>15.176</b>	<b>10.729</b>

Voor het veer over de Linge Heukelum – Galgenwaard gelden de volgende cijfers:

Heukelum - Galgenwaard, Linge	2019	2021
Voetgangers	1.480	1.298
Fietsers	5.918	8.181
Kinderen	597	411
<b>Totaal</b>	<b>7.995</b>	<b>9.890</b>

Bron: *Uiterwaarde, Overzicht overzettingen veren*



### **Indicator: Aantal deelnemers landelijke evenementen**

West Betuwe kent een aantal evenementen dat ook landelijke bekendheid geniet. Een stijging van het aantal deelnemers kan duiden op een stijging van het aantal bezoekers aan West Betuwe.

1. *De Rode Kruis Bloesemtocht*  
Aantal bezoekers in 2019: 34.524 waarvan 29.750 additionele deelnemers van buiten West Betuwe.
2. *Landgoedfair*  
Aantal bezoekers in 2022: 36.150.
3. *Fruitcorso*  
Aantal bezoekers in 2019: 30.000.
4. *Het Historische Oogstfeest in Herwijnen*  
Aantal bezoekers in 2018: ruim 1000.

### **Indicator: Aantal bezoekers grootste attracties: Mariënwaerdt en Geofort**

Mariënwaerdt heeft gemiddeld per jaar 250.000 bezoekers. Geofort had in 2021 71.298 bezoekers.

Bron: *Mariënwaerdt en Geofort*

### **Indicator: Aantal banen in toerisme en recreatie**

Als er meer toeristen komen, is het aannemelijk dat het aantal banen in het toerisme en de recreatie groeit. In 2021 omvat de sector toerisme en recreatie in West Betuwe 1.180 banen, oftewel 4,4% van het totaal in de gemeente. Dit is een lager percentage dan het aandeel in de regio, provincie en nationaal.

Bron: *VNG - waarstaatjegemeente.nl; PWC, 2018.*

### **Aanvulling/toelichting**

- Bureau Toerisme geeft aan dat zij over West Betuwe geen cijfers heeft over aantallen bezoekers aan grote evenementen, attracties, overnachtingsplekken, musea, wandel- en fietstochten. Alleen van de Rode Kruis Bloesemtocht is bekend welk aantal van buiten West Betuwe komt.
- Bureau Toerisme is bezig met de ontwikkeling en ingebruikname van het systeem *Destidata*. Via dit systeem kunnen recreatieve ondernemers, horecaondernemers en organisatoren van evenementen het aantal bezoekers (en eventueel andere gegevens), en waar ze vandaan komen, bijhouden zodat er ook een benchmark mogelijk wordt. Twee gemeenten uit Rivierenland hebben hier interesse in. West Betuwe heeft interesse geuit, onder bepaalde randvoorwaarden. Vooralsnog maakt de gemeente er geen gebruik van.
- Ondernemers in de toeristische-recreatieve sector geven aan meer binnenlands dagbezoek te hebben gehad de afgelopen jaren, als gevolg van de coronapandemie. De binnenlandse bezoekersmarkt wordt als een waardevolle markt gezien.

Bronnen: *Interviews Bureau Toerisme en Regio Rivierenland. Externe Workshop Uitvoeringsplan 7 februari 2023.*

**Indicator: Bijdrage aan een jaarrond aanbod van toerisme om spreiding te waarborgen**  
Nader te bepalen.

### Conclusie doelstelling 1

- Kijkend naar het aantal hotelovernachtingen en het geregistreerd gebruik van de fiets- en voetveren, is in 2020 is het verblijfstoerisme en recreatieve bezoek afgenomen. Dit kan echter te wijden zijn aan de coronapandemie. In 2021 is het verblijfstoerisme toegenomen, boven het niveau van 2019.
- Om gebiedsmarketing in te zetten als middel om toerisme en recreatie in West Betuwe, en daarmee de economie, te bevorderen en hierop te sturen, is het belangrijk om cijfers over de economische betekenis van toerisme en recreatie voor West Betuwe te hebben in plaats van alleen regio breed. Op dit moment ontbreken veel van deze gegevens.
- Ook is van belang om meer cijfers te hebben van de dagrecreatie (o.a. bezoekerscijfers van grote evenementen, attracties, wandel- en fietstochten).

### Doelstelling 2

West Betuwe richt zich op de 'kwaliteitsbezoeker': een bezoeker die oprecht geïnteresseerd is in wat West Betuwe als fruitgemeente te bieden heeft, bewust omgaat met het landschap en de natuur, en waarde toevoegt aan de lokale economie.

### Indicatoren

- **Hoogte van de bestedingen per bezoeker**
- **Aantal Toeristische Opstappunten en Toeristische Informatiepunten**

### Uitkomsten

#### **Indicator: Hoogte van de bestedingen per bezoeker**

West Betuwe geeft de voorkeur aan bezoekers die veelvuldig gebruik maken van het aanbod aan horeca, detailhandel, musea, attracties en evenementen. Het aantal bezoekers uit zich onder andere in de hoogte van de bestedingen. Op dit moment wordt dit voor West Betuwe voor zover bekend niet gemeten. Het NBTC doet dit wel – op verzoek - voor een aantal gemeenten in Nederland.

#### **Indicator: Aantal Toeristische Opstappunten en Toeristische Informatiepunten**

De kwaliteitsbezoeker zal vaker dan gemiddeld de toeristische opstappunten (TOP's) en toeristische informatiepunten (TIP's) bezoeken. Als er meer TOP's en TIP's komen, kan mogelijk zorgen voor meer kwaliteitsbezoekers. Er zijn nu drie TOP's en twee TIP's in West Betuwe. TOP Landgoed Heerlijkheid Mariënwaardt en TIP de Hoenderik zijn voorbeelden waar agrotourisme en de fruitbeleving samengaan.

Bron: *Beleid Recreatie en Toerisme 2020-2023*

### Aanvulling/toelichting

- Op dit moment brengen medewerkers van de gemeente West Betuwe het recreatieve en agro-toeristische aanbod in West Betuwe in kaart. Als we globaal kijken naar het aanbod en dat combineren met de kenmerken en kwaliteiten van West Betuwe, dan sluit dit goed aan bij de kwaliteitsbezoeker.
- Het fruit gerelateerde aanbod voor bezoekers betreft vooral de streekwinkels, het lokale productaanbod van Betuws Best en het landschap waar meerdere wandel- en fietsroutes doorheengaan.

Bron: *Gebiedsmarketing – ‘West Betuwe op de kaart’*

### Conclusie doelstelling 2

- Het aanbod, voor zover bekend, sluit aan op het gewenste bezoekersprofiel: de kwaliteitsbezoeker.
- Het NBTC kan meer inzicht geven in de bestedingen van deze kwaliteitsbezoeker in West Betuwe.

### Doelstelling 3

West Betuwe zet promotiemiddelen in om de gewenste doelgroep aan te trekken (door gezamenlijk te focussen op de verhaallijn en inpassing van streekproducten).

### Indicatoren:

- **Aantal promotiemiddelen dat wordt ingezet/benut**
- **Aantal bezoekers website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)**
- **Aantal volgers Facebook – Instagram**
- **Aantal toeristische bewegwijzeringsborden in West Betuwe**
- **Aantal publicaties off- en online**

### Uitkomsten

#### Indicator: Aantal promotiemiddelen dat wordt ingezet/benut

- Op dit moment lift West Betuwe voor haar promotie voornamelijk mee op de landelijke campagnes en middelen van Bureau Toerisme: van apps, banners en buitenreclame (Mobiel Landmark #Betuwe) tot en met magazines en commercials. Deze middelen en campagnes hebben een groot bereik (tot wel 3,5 miljoen). De campagnes en middelen hebben vaak fruit als onderwerp, waarbij bloesem en kersen het meest worden genoemd. West Betuwe als gemeente wordt hierin echter niet apart genoemd, maar attracties en activiteiten in West Betuwe krijgen hier wel een plek in.
- Een jaarlijks middel gericht op bezoekers is het Rivierenland Magazine *Uit in de regio 2022*. Dit magazine wordt uitgebracht door Bureau Toerisme en verspreid via de ondernemers, de officiële toplocaties en de informatieposten in Rivierenland (oplage van 37.000 magazines). Daarnaast is er een huis-aan-huisactie geweest in regio Brabant, waar bijna 25.000 magazines zijn verspreid. In dit magazine heeft West Betuwe één pagina (pagina 75, zie bijlage 4). Het artikel gaat over West Betuwe als dé fruitgemeente

van Nederland, een fietsroute langs de fruitgaarden en eendenkooien, een wandelroute langs fruitbomen en tips waar je tijdens deze tochten kunt stoppen voor streekproducten.

- Daarnaast lift West Betuwe mee op de websites van Bureau Toerisme, verbonden aan regionale toeristische databases:
  - [www.uitinderegio.nl](http://www.uitinderegio.nl) (over Regio Rivierenland)
  - [www.welkomindebetuwe.nl](http://www.welkomindebetuwe.nl) (West Betuwe heeft een eigen pagina, waarop vermeld wordt dat de gemeente meer te bieden heeft dan fruit en bloesem alleen)

Daarnaast maken zij gebruik van websites over specifieke attracties, zoals:

- [www.forten.nl](http://www.forten.nl)
- [www.nieuwehollandsewaterlinie.nl](http://www.nieuwehollandsewaterlinie.nl)

Opvallend is dat de websites nog niet naar elkaar verwijzen.

- West Betuwe heeft ook een eigen promotionele website: [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)

**Indicator: Aantal bezoekers website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl).**

Sinds maart 2022 bestaat de website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl). Daarop staan wel verwijzingen naar fruit, maar de nadruk wordt voornamelijk gelegd op het rivierenlandschap en de forten. Het aantal bezoekers aan [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) is laag, omdat er nog geen promotionele aandacht aan besteed is. Echter, er is wel een groei in gebruikers te zien:

- Maart-mei 2022: 348 gebruikers
- April-augustus 2022: 1.368 gebruikers
- September-december 2022: 838 gebruikers

Bron: *gegevens aangeleverd via gemeentes*

**Indicator: Aantal volgers Facebook en Instagram Beleef West Betuwe**

Er bestaan vooralsnog geen sociale mediapagina's vanuit 'beleef West Betuwe' en 'welkom in de Betuwe'. Op de website wordt doorverwezen naar de Facebookpagina *Uit in de regio*. Het aantal volgers zegt iets over het online bereik. Deze pagina heeft zo'n 10.000 volgers. Hierop staan veel posts over activiteiten die met fruit hebben te maken. West Betuwe wordt hier als gemeente nauwelijks genoemd.

**Indicator: Aantal toeristische bewegwijzeringsborden in West Betuwe**

De bruine **bewegwijzeringsborden** geven het toeristische recreatieve aanbod weer in West Betuwe. Des te meer borden, des te groter het aanbod. Er zijn in totaal 48 borden geplaatst in de gemeente met verwijzingen naar campings, restaurants, attracties, streekwinkels etc. Ondernemers/ bedrijven kunnen zelf zo'n bord aanvragen. Zie bijlage 1.

Bron: *Lijst met bruine bewegwijzeringsborden in West Betuwe (zie bijlage 1).*



### **Indicator: Aantal publicaties off- en online**

Ook via gratis publiciteit kan West Betuwe zichzelf profileren als aantrekkelijke gemeente om te wonen of te bezoeken. Meer publicaties in lokale media – zowel off- als online – zorgen voor meer aandacht. Publicaties met dit doel:

1. *Het Kontakt (mei 2022)*: Stimuleringsbudget voor beste idee in West Betuwe over de uitwerking van de ideeën die zijn ontstaan tijdens de netwerkbijeenkomst van 9 maart 2022.
2. *SRC Regio Nieuws (juni 2022)*: Plannen voor cultureel West Betuwe komen tot leven, over onder andere het culturele aanbod dat via de vernieuwde website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) is te bekijken.
3. *Lancering van het West Betuwe Lied (juli 2022)*: over de compositiewedstrijd Het West Betuws Lied.
4. *Verborgene Verhalen (juli 2022)*: over luistertochten met verhalen over West Betuwe.

### **Aanvulling/ toelichting**

- Zowel de geïnterviewden als de deelnemers aan de werksessies voor het Contourenadvies geven aan dat het belangrijk is mee te blijven liften op de promotiemiddelen van Bureau Toerisme. Ook in de diverse beleidsstukken wordt dit genoemd. Een bezoeker komt immers niet naar een gemeente maar naar een gebied, dorp, stadje en/of attractie.  
Bureau Toerisme geeft aan dat de gemeente West Betuwe desgewenst en tegen betaling meer podium kan krijgen. West Betuwe zou zichzelf beter kunnen profileren door meer te investeren. Op dit moment loopt veel via Gelderse subsidiestromen. Daarnaast betalen gemeenten een jaarlijkse bijdragen op basis van het aantal inwoners.

### **Bronnen:**

- *Verslag interviews stakeholders 2022.*
- *Verslag werksessies Contourenadvies 2021*

### **Conclusie doelstelling 3**

- Bureau Toerisme brengt, met de promotie van de Betuwe, de fruitbeleving via veel verschillende campagnes en middelen goed naar voren. Deze campagnes en middelen hebben een groot bereik. Daarom is het belangrijk dat West Betuwe zich via deze campagnes en middelen beter profileert.
- De promotie van West Betuwe als dé fruitgemeente van het Nederland kan veel sterker worden neergezet. Zowel via de campagnes en middelen van Bureau Toerisme, als via de eigen kanalen. Zo zouden sociale media-kanalen als Facebook, Instagram en LinkedIn kunnen worden ingezet en actief worden gevuld met content om relevant te zijn en te blijven. Ook de recent ontwikkelde website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) moet verder gevuld, vernieuwd en beheerd worden, in lijn met de gekozen belofte.

## 4. AANBEVELINGEN

Op basis van de conclusies uit de 0-meting komen we tot de volgende aanbevelingen voor het uitvoeringsplan van de gebiedsmarketing:

### ALGEMEEN

- **Inzicht in data:** Op dit moment is er vanuit Gebiedsmarketing te weinig inzicht in de basiscijfers en kengetallen. Daarnaast is de data vaak moeilijk te verkrijgen. Om het dashboard effectief te gebruiken, moet het ontvangen van data beter gestroomlijnd worden. Dit kan op een aantal manieren:
  1. Het aantal en type activiteiten en evenementen is inzichtelijk, maar specifieke bezoekersaantallen (bij met name startende evenementen) en waar bezoekers vandaan komen niet. Daarnaast wordt de informatie die beschikbaar is nog niet optimaal benut. Hierdoor kan onvoldoende worden gestuurd op het evenementenaanbod. Om hierop beter te kunnen sturen vanuit de gebiedsmarketingdoelstellingen is het advies om de afdeling evenementenvergunningen in de vorm van een eventencoördinator te laten samenwerken met de medewerkers die over de gebiedsmarketing gaan. Gezamenlijk wordt gewerkt aan het beter in kaart brengen van het evenementenaanbod, inclusief de spreiding van evenementen, onderlinge samenwerkingen, mate van *on brand* programmering, het bezoekersgedrag en de optimalisatie van dit alles. Om meer concrete data te krijgen, kan het vergunningsaanvraag-formulier worden aangescherpt.
  2. Ook is het van belang om cijfers te hebben van de dagrecreatie (o.a. bezoekerscijfers van grote evenementen, attracties, wandel- en fietstochten, bestedingen). De gemeente kan met de bedrijven, ondernemers en organisatoren van (belangrijke of grote) evenementen afspraken maken om de bezoekerscijfers bij te houden aan de hand van een gestandaardiseerd formulier. Ook kan de gemeente verkennen in welke mate deze cijfers “ingekocht” kunnen worden via Bureau Toerisme en het NBTC. Beiden doen dergelijke onderzoeken.
  3. Binnen gemeente West Betuwe is veel data beschikbaar. Het is zaak om deze data op gestructureerde wijze binnen te krijgen. Dit kan door te werken met een gestandaardiseerd formulier en die op een vast moment in het jaar te delen met de relevante gemeentelijke collega’s.
- **Basiscommunicatie op orde:** De promotie van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland kan veel sterker worden neergezet. Zowel via de campagnes en middelen van Bureau Toerisme, als via de eigen online en offline kanalen. Zo zouden sociale media-kanalen als Facebook, Instagram en LinkedIn kunnen worden ingezet en actief worden gevuld met content om relevant te zijn en te blijven. Ook de recent ontwikkelde website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) moet verder gevuld, vernieuwd en beheerd worden. In lijn met de gekozen belofte. Daarbij kan worden ingezet op storytelling: verhalen die bewijzen dat West Betuwe dé fruitgemeente van Nederland is. Een contentkalender helpt om op gestructureerde wijze de promotie van West Betuwe in te richten. Om een beter beeld te krijgen in hoeverre bewoners, bedrijven en bezoekers West Betuwe beleven als dé fruitgemeente van Nederland, is het ook aan te raden inzicht te krijgen in de hashtags die mensen gebruiken op sociale media (Facebook, Instagram,

TikTok, LinkedIn). Hoeveel fruit gerelateerde hashtags worden gebruikt in de gemeente? Andersom kan het zelf slim inzetten van hashtags zorgen voor meer bereik, betrokkenheid en weergaven. Bij het toevoegen van hashtags, belanden de berichten namelijk op de overzichtspagina van die hashtags, waarmee het bereik wordt vergroot.

- **Verbreding Platform Toeristische en Recreatieve Ondernemers:** De oprichting van het Platform Toeristische en Recreatieve ondernemers met de TaskForce als vertegenwoordiger van dit platform wordt als positief ervaren. Het advies is dat dit een goede basis kan zijn voor een nader op te schalen Platform / Werkgroep Gebiedsmarketing, gezien de bredere scope van de gebiedsmarketing dan alleen toerisme en recreatie. De behoefte aan onderling contact tussen de verschillende soorten ondernemers en bedrijven kan een kans zijn om het Platform 'Toeristische en Recreatieve ondernemers op te schalen (zie ook aanbevelingen Bedrijven).
- **Verbinden:** Naast de gemeente West Betuwe zelf zijn ook andere partijen bezig om bedrijven en organisaties bij elkaar te brengen, of hebben de wens daar een rol in te spelen. Zoals Bureau Toerisme, de Fruit Tech Campus of Fruit Masters. De aanbeveling is om als gemeente hierin gezamenlijk op te trekken en/of haar activiteiten op die van anderen af te stemmen. Maak goed gebruik van bestaande initiatieven en acties in plaats van zelf nieuwe initiatieven ontplooien.
- **Faciliterende rol gemeente:** Uit de nulmeting blijkt een sterke behoefte aan meer ondersteuning vanuit de gemeente in het helpen mogelijk maken van initiatieven. Zowel vanuit de wet- en regelgeving, financiële mogelijkheden, communicatie en het verbinden van partijen. Er is de nodige onvrede over de wijze waarop de gemeente West Betuwe omgaat met nieuwe initiatieven. Het advies is om hierin een nieuwe basishouding aan te nemen: van 'wat kan niet' naar 'wat kan wel'.

## BEWONERS

- Om de bewoners van West Betuwe bewuster en trotser te maken dat zij in dé fruitgemeente van Nederland wonen, moet dit vaker en beter worden uitgedragen vanuit de gebiedsmarketing. De bewoners moeten meegenomen worden in de bestaande bewijsvoering binnen de gehele gemeente West Betuwe. Voed de trots door het laten zien van de fruitgaarden, de streekwinkels, innovaties in de fruitteelt, prachtige bloesems en bijzondere streekproducten, verspreid over de gehele gemeente. Dit kan via verschillende kanalen en middelen. Bijvoorbeeld via de website beleefwestbetuwe.nl en door het gebruik van sociale media. Hierop kan het verhaal van West Betuwe met focus op fruitgemeente verder worden uitgebouwd. Ook een magazine met mooie storytelling kan het verhaal van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland kracht bij zetten.
- Nodig bewoners uit om actief bij te dragen aan de bewijsvoering van fruitgemeente, door vaker initiatieven te ontplooien waar bewoners aan kunnen meedoen, zoals het West Betuwe-lied of het beste idee voor West Betuwe, en hierover te publiceren.
- Evenementen en activiteiten die West Betuwe-breed worden georganiseerd helpen om de verbinding tussen de kernen en hun bewoners te versterken. Daarnaast dragen evenementen bij aan het aantrekken van bezoekers. Om hier meer op te kunnen sturen en te zorgen voor een goede verspreiding (jaarrond), publiciteit (via evenementenkalender), fruit-thematisering (on brand), kwaliteit en variëteit, is een vervolgactie het inzichtelijker maken voor welke evenementen en activiteiten vergunning wordt aangevraagd, hoeveel deelnemers er mee doen, op welke data het

plaatsvindt en welke thema's er zijn. Hier is de gemeente deels mee gestart. Eventueel kan een evenementencoördinator worden aangesteld (zie eerdere aanbeveling 'inzicht in data'). Deze inzichten zijn ook waardevol voor de binnenkort op te stellen Nota Evenementen. Vooruitlopend hierop, is één van de adviezen om vanuit Gebiedsmarketing in te zetten op het aanjagen van een iconisch on brand fruitevenement. Dit, omdat er weinig evenementenaanbod is met fruit als hoofdthema.

## BEDRIJVEN

- Langzamerhand ontstaan er steeds meer initiatieven en samenwerkingen op het gebied van recreatie en (agro-)toerisme. Bedrijven hebben hier ook behoefte aan. Betuws Best is een goed voorbeeld. De gemeente kan dit met initiatieven zoals netwerkbijeenkomsten en het Platform voor Toerisme en Recreatie verder faciliteren en stimuleren.
- Voor een versterkend effect kan hierbij op specifieke onderwerpen of bij bepaalde doelgroepen de samenwerking met Bureau Toerisme, de Fruit Tech Campus of FruitMasters worden gezocht. Bijvoorbeeld voor het bereiken van agrariërs, of het fruit als thema op een andere manier (meer gericht op innovatie) en voor andere doelgroepen voor het voetlicht brengen.
- Er is behoefte aan meer kennisuitwisseling tussen de verschillende sectoren, die samen bijdragen aan de ontwikkeling van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland. Het advies is om de huidige bedrijven beter te informeren over wat er in West Betuwe breed gebeurt aan gebiedsmarketing (inclusief de rol van Bureau Toerisme) welke (nieuwe) pareltjes West Betuwe rijk is, welke trotse vernieuwingen in de fruit gerelateerde bedrijvigheid plaats vinden et cetera. Dit kan bijvoorbeeld door een B2B nieuwsbrief en een ondernemerspagina op beleefwestbetuwe.nl.
- Ondernemers en organisaties ervaren de huidige wet- en regelgeving als knelpunt. Als de gemeente wil dat het agro-toerisme groeit en ondernemers en organisaties hierin initiatief nemen, is het belangrijk te onderzoeken wat er in de huidige wet- en regelgeving veranderd kan worden. Zie hiervoor ook de aanbeveling voor een meer faciliterende gemeente (algemeen, p.28)
- Om naast de kwantiteit ook de kwaliteit van het aanbod te kunnen meten en aan te tonen, kan de gemeente het behalen van de kwaliteitsstempels Blauwe vlag of Green Key stimuleren. Dit sluit aan bij de beoogde recreatief-toeristische doelgroep: de kwaliteitszoeker.

## BEZOEKERS

- De gemeente zou meer inzicht moeten verwerven in de economische bijdrage van toerisme en recreatie voor West Betuwe. Daarnaast zijn zowel de hoogte van de bestedingen van de bezoekers als ook de bezoekerscijfers van grote evenementen en attracties goede indicatoren voor de groei van het toerisme. Met deze cijfers kan de gemeente haar prestaties op het gebied van toerisme en recreatie vergelijken met die van andere gemeenten en betere afwegingen maken in beleid en investeringen. Toeristisch-recreatieve cijfers kunnen worden verzameld door een samenwerking aan te gaan met Bureau Toerisme of het NBTC.
- West Betuwe lift mee op de campagnes en middelen van Bureau Toerisme voor de hele Betuwe. Deze campagnes en middelen hebben een groot bereik. Echter krijgt West



Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland hierbinnen weinig aandacht. Het advies is om samen met Bureau Toerisme een plan te maken over hoe dat beter kan.

- De eigen kanalen en middelen van West Betuwe worden nog te weinig benut. Met de vernieuwde website [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl) is een goede stap gezet. Het is van belang om de website te vullen met bewijsvoering als fruitgemeente, bijvoorbeeld door middel van een filmpje. Daarnaast is het regelmatig plaatsen van vernieuwende content, een actuele evenementenkalender en informatie over fruit gerelateerde activiteiten belangrijk om bewoners en bezoekers geïnformeerd en geïnteresseerd te houden. Ook met de inzet van sociale media-kanalen zoals Facebook en Instagram kan West Betuwe haar verhaal als fruitgemeente via verschillende soorten berichten beter over de Bühne brengen.

## BIJLAGE 1 - OVERZICHT BRUINE TOERISTISCHE BORDEN

- Tapperij Lingezicht  
WSV Achter 't Veer
- B&B Bottesteyn
- B&B Geldersche Hoeve
- De Hoenderik
- Camping de Kijfakker
- Kooise Zorg Boerderij
- Rust wat aan de Linge
- Café de Notenboom
- B&B de Oosterling
- Hotel/restaurant de Os en het Paard
- Lekker aan de Linge
- Taveerne Fort Asperen
- Heerlijkheid Mariënwaerdt
- De Rijsakker
- Restaurant 3 Zussen
- Recreatiecentrum Betuwestrاند
- Theetuin de Fruitshoeve
- Camping de Felis Hoeve
- Restaurant Het Dijkshuis
- Boerencamping Hooge Haren
- 't Polderwinkeltje
- Kasteeltuin Neerijnen
- De Paardesprong
- Zuivelboerderij Noordam
- Museum of Natural History
- Veerhuis Varik
- Golfbaan The Dutch
- Health Center de Schilderkamp
- Stichting Geofort
- Hotel Restaurant de Schildkamp
- Historisch Genootschap Tricht
- Ijsboerder de Oude Schuur
- Brasserie Meat the Butcher
- Rivier Lounge
- Restaurant Uw Chef
- Dierenpark de Paay
- Camping de Felishoeve
- Cafeteria de Wiel
- Uitspanning de Leuvehoeve
- Boerderijwinkel 't Bergje
- Lokaal 21
- Restaurant Bombero
- Koppel Boerderijwinkel
- Lingebos
- Pannenkoekhuis het Lingebosch
- Dorpshuis De Lindehof
- Fort Vuren

## BIJLAGE 2 - LIJST ONDERNEMERS UIT WEST BETUWE AAN BETUWS BEST

Lijst met ondernemers die onderdeel uitmaken van Betuws Best:

<b>Naam streekproducent</b>	<b>Plaats</b>
Molen de Vrijheid	Beesd
De Kruidenbrouwerij	Asperen
Maatschap Van der Zalm	Rumpt
Bommelbeef	Ophemert
Stichting Natuurbeleving Leidsche Hoeven	Tricht
Ijsboerderij De Oude Schuur	Vuren
Stokerij Lubberhuizen	Varik
Eenhoorn Aberdeen Angus	Hellouw
Kaasboerderij De Buitenhoeve	Haaften
Kaasboerderij aan de Linge	Spijk
Zuivelboerderij Noordam	Hellouw
Wijngaard De Kruithof	Ophemert
De Hoenderik	Tricht
Bakkerij Bakker	Herwijnen
Bed & Breakfast De Neust	Beesd
Beesonder	Asperen
Heerlijkheid Marienwardt	Beesd
De Fruitladder	Meteren
De Streekzaak (voorheen Betuwse Fruitshop)	Geldermalsen
Boerderij 't Bergje Tricht	Tricht
de Vitaminemuur	Hellouw
Lagerweij Eieren	Buurmalsen
Fruitbedrijf Kroeze	Beesd
Koppel Boerderijwinkel	Meteren
De Pippert	Ophemert
Bij de Bolle	Beesd
Oud Vuren	Vuren
Maatbier – Betuws Best	Verskillende verkooppunten in de Betuwe

## BIJLAGE 3 - NETWERKBIJEENKOMSTEN

Netwerkbijeenkomst 9 maart 2022

### Deelnemers:

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| 1. Schilderenindebetuwe.nl | 16. Kruidenbrouwerij       |
| 2. Tinyhouseophemert       | 17. Renate                 |
| 3. Miniclome               | 18. Alex                   |
| 4. Uiterwaarde             | 19. Bombero Asperen        |
| 5. Camp Zennewijnen        | 20. Camping Zonneschijnen? |
| 6. Slapen in de pipo VV    | 21. Heidsche hoeven        |
| 7. Theetuin de fruithoeve  | 22. Dikke toren            |
| 8. Fleur d'eline workshop  | 23. Rampt Kerkje?          |
| 9. BB lange mouwen         | 24. Café de zwaan          |
| 10. Glasblazerij museum    | 25. Puur Betuws            |
| 11. Fort Asperen           | 26. Hans                   |
| 12. Fort Geofort           | 27. Bart                   |
| 13. Lokaal 21              | 28. Bente                  |
| 14. De lievelinge          | 29. Thomas                 |
| 15. Wijngaard De Kruithof  |                            |

### Overzicht van de ideeën voor het bevorderen van samenwerkingen die zijn ontstaan:

1. *Creatief dagje West Betuwe*: Schilderen in boerderijtuin, tocht pontje + fietsverhuur: bezoek aan Miniclome.
2. *Dagtocht*: Van BB lange mouwen via theetuin de Fruithoeven + bloemenworkshop.
3. *Shuttlebus Eco*: Recreatief OV door West Betuwe.
4. *Arrangement*: Bed & Breakfast / Kano.
5. *Amfibi Linge*: Amfbitour.
6. *Op ontdekkingstocht per stalen ros*: Vanuit vakantiehuis met 'fatbike' een fietstocht langs bezienswaardigheden.
7. *Bourgondisch de Betuwe beleven*
8. *Wildpluksafari-kruiden*: nieuwe wildplukgebieden ontwikkelen bij uiterwaarde.
9. *Lekker lokaal*: meer streekproducten toevoegen aan eindproducten die verkocht worden
10. *'t Orgelpad met wijn en spijs*
11. *3 in de pan Erfgoed, goederf, uitzicht*
12. *Connecting the dots*: Fietsen, koffie, proeverij, slapen pipowagen.
13. *Gastenboek ontwikkelen West Betuwe*

## Netwerkbijeenkomst 9 maart 2023

### Deelnemers:

1. Camping Zennewijnen
2. Wijngaard De Kruithof
3. Koninklijke Horeca Nederland
4. Theetuin de Fruithoeve
5. Hotel De Schildkamp
6. Landgoed Heerlijkheid Marienwaerd
7. Tractorspoor
8. Pony plezier & Stalenros Fatbike
9. Geofort
10. Lekker aan de Linge, kanoverhuur
11. Fort Vuren
12. Stichting Kunst en Cultuur West Betuwe
13. LingeFilm
14. Welzijn West Betuwe, cultuur
15. Natuurhistorisch Museum de Oersprong
16. Kavelkunst
17. Historisch genootschap Tricht
18. Ode aan de Linge
19. WiltBloei
20. De Streekzaak Geldermalsen
21. Streekwinkel De Leeuwen Acker

Wie aan West Betuwe denkt, ziet meteen boomgaarden vol met appels, peren en kersen voor zich. We zeggen ook niet voor niets dat West Betuwe dé fruitgemeente van Nederland is. In het voorjaar staat het gebied in bloei, overal zie je prachtige bloesem in de bomen. En in de zomer en het najaar worden daar de vruchten van geplukt. Dit is een unieke ervaring en moet je gewoon een keer gezien hebben!

## TUSSEN HET *Fruit*

### Fiets je mee door West Betuwe?

In de gemeente kun je prachtige fietstochten maken. Fiets bijvoorbeeld eens de fruitroute door de Betuwe, een 45 kilometer lange tocht langs prachtige fruitbomen. Fiets door het platteland en geniet van de bloesem in het voorjaar en het verse fruit in de zomer. Je start in Geldermalsen en rijdt langs de Linge naar Acquoy, langs Landgoed Heerlijkheid Mariënwaardt, door de weilanden weer terug naar Geldermalsen.

Of maak een fietstocht langs de Betuwse eendekooien. Je denkt bij West Betuwe al snel aan fruit, maar er is ook een interessante geschiedenis van eendekooien. Grote hoeveelheden gevangen eenden vonden hun weg via Maas, Waal, Lek en Linge naar de snel groeiende steden in het westen van Holland. Start en finish zijn op de Natuurbeleving Leidsche Hoeven en de tocht gaat langs meer dan 24 eendekooien en overblijfselen (kooi-relicten) en heeft een lengte van ongeveer 40 kilometer.



### Wandel je mee door West Betuwe?

Wie zijn ogen uit wil kijken tijdens de bloesemtijd, is in West Betuwe aan het goede adres. De fragiele kersenbloesem bloeit als eerste, daarna volgt de witte bloesem van de perenboom. Met als knallend hoogtepunt de tere roze bloemen van de appelboom. Een lust voor het oog. Jaarlijks genieten meer dan duizenden wandelaars van mooie bloesem en het afwisselende landschap van rivieren, dijken en uiterwaarden. Er zijn verschillende prachtige wandelroutes samengesteld.



### Geniet van streekproducten

Stop tijdens een fiets- of wandeltocht door West Betuwe ook eens bij een van de vele boerderijen, landwinkels of fruitstal-letjes. Je vindt hier niet alleen heerlijke streekproducten, maar ook souvenirs en cadeautjes. Bijvoorbeeld bij zuivelboerderij Noordam in Hellouw. Hier vind je kaas, zuivel, streekproducten en relatiegeschenken. Voor het lekkerste fruit, ijs en een kopje koffie met huisgemaakte appeltaart kun je terecht bij Fruitbedrijf de Hoenderik in Tricht.

West Betuwe | 75

## BIJLAGE 5. LIJST MET GEÏNTERVIEWDEN

<b>Datum</b>	<b>Organisatie</b>	<b>Persoon</b>
18-05-2021	Regio Rivierenland	Wouter Minkhorst
19-05-2021	Gemeente West Betuwe	Rutger van Stappershoef
19-05-2021	Uiterwaarde	Alex Kwakernaak
24-05-2021	Pact van Loevenstein	Ronald Hoekstra
02-06-2021	Bureau Toerisme	Richard de Bruin
02-06-2021	Fruitmasters	Marco de Haas
09-06-2021	Fruit Tech Campus	Harrie Schmeitz

## BIJLAGE 6. LIJST MET GERAADPLEEGDE BRONNEN

Beleid Recreatie en Toerisme 2020-2023

Flitspeiling onder bewoners oktober 2022

Gebiedsmarketing – ‘West Betuwe op de kaart’ 2021

Externe werksessie 17 februari 2023

Jaarstukken gemeente West Betuwe 2019 en 2020

Kadernota Cultuur en Kunst 2020 – 2023

Monitor Vrijetijdseconomie Rivierenland 2018

Online enquête onder bewoners in 2021, voor het Contourenadvies gebiedsmarketing West Betuwe

Rapport Agrotoerisme 2021 van Zwart – Van Kessel: ‘Beleving vanuit Betuws DNA

Rapport Regionaal Investeringsfonds 2017-2021

Rapportage Rode Kruis Bloesentocht 2019

Uiterwaarde, Overzicht overzettingen veren

Verslag werksessie bewonersorganisaties en -verenigingen Contourenadvies Gebiedsmarketing West Betuwe 2021

Verslagen werksessies ondernemers Contourenadvies Gebiedsmarketing West Betuwe 2021

Websites:

- [www.beleefwestbetuwe.nl](http://www.beleefwestbetuwe.nl)
- [www.bureautoerisme.nl](http://www.bureautoerisme.nl)
- [www.FruitDelta.nl](http://www.FruitDelta.nl)
- [www.fruitmasters.nl](http://www.fruitmasters.nl)
- [www.waarstaatjegemeente.nl](http://www.waarstaatjegemeente.nl)