

Informatienota

Datum vergadering	:	27 juni 2023
Registratienummer	:	GZDGWB/984419
Informatienummer	:	IN058
Portefeuillehouder	:	Rutger van Stappershoef
Bijlage(n)	:	3
Onderwerp	:	Uitvoering(s)plan) gebiedsmarketing West Betuwe

Onderwerp

Uitvoering(s)plan) gebiedsmarketing West Betuwe

Kennisnemen van

Het uitvoeringsplan gebiedsmarketing 2023-2026 en de voortgang op de actiepunten uit de nota Gebiedsmarketing - 'West Betuwe op de kaart'.

Inleiding

Eind november 2021 is het beleidsdocument Gebiedsmarketing – 'West Betuwe op de kaart' door u vastgesteld. In dit beleid staat dat we de gemeente West Betuwe (als agro-toeristische en vooral ook) als dé fruitgemeente nog beter op de kaart willen zetten. Het overbrengen van deze waarde niet alleen in de beleving van de mogelijke bezoekers van West Betuwe. Ook in de beleving van de eigen inwoners en ondernemers. In het document staan op pagina 18 diverse actiepunten benoemd. Een belangrijk actiepunt is het opleveren van een uitvoeringsplan. Via deze informatienota informeren wij u hierover.

Kernboodschap

Als gemeente nemen we als verbinder, facilitator en stimulator het voortouw om West Betuwe als dé (grootste) fruitgemeente van Nederland op de kaart te zetten. Dit doen we samen met inwoners, organisaties, ondernemers en partners. Een extern bureau, gespecialiseerd in gebiedsmarketing en participatie, heeft ons hierbij op weg geholpen. Gezamenlijk hebben we een uitvoeringsplan gemaakt. Verder bespreken we de voortgang op actiepunten uit de nota gebiedsmarketing voor West Betuwe.

Wat is een uitvoeringsplan voor gebiedsmarketing?

Het uitvoeringsplan is een belangrijk vervolg op het beleidsdocument voor de gebiedsmarketing. Het geeft verdere concretisering en uitwerking aan het op de kaart zetten van onze gemeente. West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland. In het plan wordt de gebiedsmarketing namelijk vertaald naar concrete activiteiten, middelen en uitingen. Ook beschrijft het de doelgroepen en speerpunten voor 2023-2026. Waarover hierna meer. Het maken van zo'n plan is niet iets dat je als gemeente alleen doet. Participatie en het creëren van draagvlak maken er onlosmakelijk deel van uit. Gebiedsmarketing is dan ook geen sprint, maar een marathon!

Wat hebben we gedaan voor het uitvoeringsplan?

Om het uitvoeringsplan gebiedsmarketing samen te stellen, voerden we de volgende activiteiten uit:

1. Deskresearch:

We schreven het plan op basis van de kennis en data die bij de gemeente over West Betuwe als de fruitgemeente beschikbaar is. We keken naar eerdere aanbevelingen en relevante (beleids)documenten.

2. 0-meting:

Om een goede basis voor het uitvoeringsplan te leggen, voerden we eerst een 0-meting uit. Deze meting maakt doelstellingen meetbaar en leidt tot verantwoorde keuzes over de inzet van (marketing)middelen. Daarnaast maakt het inzichtelijk waar de gemeente nu staat bij het op de kaart zetten van West Betuwe als dé fruitgemeente. Er komt ook aan bod hoe dit zich verhoudt tot de genoemde doelstellingen uit de beleidsnota 'West Betuwe op de kaart'. Gebiedsmarketing gaat namelijk, naast inzicht en belofte ('*West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland*'), om bewijs. Of anders gezegd: om de belofte waarmaken. Van de uitkomsten van de 0-meting is een uitgebreide rapportage gemaakt. In de rapportage staan per doelgroep (*bewoners, bedrijven, bezoekers*), de doelstellingen en de bijbehorende (prestatie)indicatoren. Daarbij verrijkten we de bestaande kennis, data en cijfers met het interviewen van diverse stakeholders. Elke doelstelling wordt gevolgd door een conclusie. Hierbij zien we bijvoorbeeld dat inwoners tevens de lokale fruitteelt benutten. En dat het aantal fruit(gerelateerde) bedrijven en de Fruit Tech Campus als opleidingsinstituut de positie van West Betuwe als fruitgemeente duidelijk onderstrepen. Het aantal evenementen met fruit als hoofdthema is, zeker met het wegvallen van de Bloesemtocht, nog beperkt. Ook het aanbod aan verblijfsrecreatie en dagrecreatie met fruit als hoofdthema is nog relatief beperkt. De 0-meting rapportage wordt afgesloten met aanbevelingen. Om het effect van de gebiedsmarketing inzichtelijk te maken, wordt om de twee jaar op de indicatoren gemeten. Dit geeft ruimte om bij te sturen.

3. Flitspeiling:

Daarnaast hebben we een flitspeiling onder inwoners gehouden. Dat is een korte enquête met vragen over zaken als: de mate waarin inwoners West Betuwe anderen aanbevelen om te wonen en te bezoeken ('NPS-score'). Wat inwoners het meest kenmerkend vinden voor West Betuwe. Maar ook hoeveel fruit inwoners eten en waar zij het meestal kopen. En als laatste de vraag hoe West Betuwe nog beter laten zien dat zij de fruitgemeente van Nederland is. Aan de peiling hebben ruim 400 inwoners deelgenomen. De belangrijkste uitkomsten van de enquête zijn terug te lezen in de 0-meting rapportage (zie bijlage 2). Samengevat zijn inwoners erg positief over de gemeente West Betuwe. Zij noemen het fruit(landschap) vaak als reden om in West Betuwe te (gaan) wonen, en daarbij ook de bloesem om West Betuwe te bezoeken. Wat verder opvalt, is dat inwoners vaak noemen dat de Bloesemtocht weer moet terugkomen.

4. Workshops uitvoeringsplan gebiedsmarketing:

In twee workshops is gebrainstormd over de gewenste uitingen, middelen en activiteiten voor 2023-2026. Voor de eerste workshop zijn collega's van betrokken afdelingen uitgenodigd. Met hun ideeën en inbreng, over doelen, middelen en activiteiten is de basis gelegd voor een (concept) uitvoeringsplan. Bij de tweede workshop waren er samenwerkingspartners, inwoners, (lokale) organisaties en ondernemers. Onder andere op het gebied van recreatie & toerisme, cultuur & kunst en fruit gerelateerde bedrijvigheid. Het uitvoeringsplan is toen met elkaar, in een interactieve werkvorm, verder aangescherpt en aangevuld. Tot slot is het aangescherpte plan gestuurd naar de workshop-deelnemers, andere betrokken en geïnteresseerden. En kregen zij de gelegenheid om op het plan te reageren of feedback te geven. De ontvangen reacties zijn doorgesproken en zo veel mogelijk verwerkt in het definitieve uitvoeringsplan.

Uitvoeringsplan gebiedsmarketing West Betuwe 2023-2026

In het uitvoeringsplan staan de concrete acties, activiteiten en middelen voor de gebiedsmarketing. Hierbij ligt de nadruk/focus op de positionering van West Betuwe als dé fruitgemeente van Nederland. Als 'kapstok' zijn, voor de doelgroepen, enkele speerpunten geformuleerd. De speerpunten in het kort:

1. Bewoners

- • Laten zien wat West Betuwe als fruitgemeente samen (alle kernen) te bieden heeft.
- • Het actief betrekken bij het ontwikkelen van bewijsvoering voor de fruitgemeente.
- • Ambassadeurschap ontwikkelen.

2. Bedrijven

- • Laten zien wat West Betuwe als fruitgemeente samen (alle kernen) te bieden heeft.
- • Bedrijven bekend maken met bestaande platformen, bijeenkomsten en organisaties.
- • Samenwerking tussen gemeente en (fruit)bedrijven versterken: het gaat hierbij om bedrijven helpen elkaar te vinden en de gemeente denkt mee over hoe de ambities waargemaakt kunnen worden.
- • Gemeente verbetert haar processen, o.a. op het gebied van vergunningen en communicatie.
- Verkennen van de mogelijkheid om het Platform Toerisme & Recreatie en Kunst & Cultuur te verbreden naar Platform Gebiedsmarketing.

3. Bezoekers (de kwaliteitszoeker)

- • Bezoekersmarketing ontwikkelen in samenwerking met Bureau Toerisme en daarmee het versterken van het profiel op regionaal en landelijk niveau.
- • Het aanjagen van een iconisch on-brand fruitevenement. (NB. Een dergelijk evenement is voor de inwoners en bedrijven ook interessant en relevant).
- • Verlengen van het bezoekerseizoen naar jaarrond in plaats van geconcentreerd in het fruitseizoen.

Algemeen

- • Basis op orde brengen. Dit richt zich op de (door)ontwikkeling van on-brand communicatiemiddelen en het (structureel) inzichtelijk maken van cijfers op de indicatoren uit de nulmeting.

Het reikt te ver om in deze informatienota alle acties en activiteiten op te sommen (ze zijn te vinden in het uitvoeringsplan, bijlage 1). Wij noemen hieronder daarom verschillende aansprekende voorbeelden:

- De huidige gebiedsmarketingwebsite beleefwestbetuwe.nl doorontwikkelen en de vindbaarheid verbeteren.
- (Op social media) werken met hashtags, zoals #BeleefWestBetuwe #fruit #fruitgemeente #WestBetuwe.
- Een fruit- en lespakket voor basisschoolscholieren en inwoners ontwikkelen.
- Een fruitboom bij de geboorte van een nieuwe inwoner.
- Aan tafel schuiven bij... fruit gerelateerde ondernemers. Meedenken. Uit de nulmeting blijkt dat bedrijven meer behoefte hebben aan ondersteuning van gemeente West Betuwe om initiatieven mogelijk te maken.
- Aanjagen lokale themadag Kom in de Bongerd.
- Icoon introduceren (zoals Flipje van Tiel). Denk aan het (West) Betuwse Bijtje en/of Bloesem de Fruitboom.
- Ontwikkelen van fruit gerelateerde verhaallijnen. Fruit ook koppelen aan andere domeinen om het verhaal jaarrond te vertellen. Denk aan: historie van het gebied (rivierenlandschap), educatie, innovatie, erfgoed
- Fruit in openbare ruimte en het nieuwe gemeentehuis. Zichtbaarheid (in de bredere omgeving) vergroten.
- Het organiseren van een Alliantielab, om (met ondernemers) samen meer initiatieven/ideeën te ontwikkelen.

Aansprekend fruitevenement / Bloesemtocht

De wens en roep om een fruitevenement als de Bloesemtocht terug te laten komen, is veelgehoord. Om hier invulling aan te geven, is het actiepunt 'on-brand fruitevenement' in het uitvoeringsplan opgenomen. Een initiatiefgroep uit de samenleving is bereid om hierbij het voortouw te nemen. In overleg met de

gemeente, wil de initiatiefgroep een verkenning uitvoeren naar de haalbaarheid van een dergelijk fruitevenement, in hernieuwde en/of andere vorm.

Voortgang op actiepunten uit nota Gebiedsmarketing

De nota Gebiedsmarketing - 'West Betuwe op de kaart' biedt een overzicht met actiepunten, als verdere uitwerking van de gebiedsmarketing. Wij informeren u in hoofdlijnen over de voortgang op deze punten.

	Actiepunten:	Wanneer:	Status:
1	Er wordt een uitvoeringsplan opgesteld. Hierin worden de doelen van gebiedsmarketing vertaald naar meetbare doelstellingen. In de uitvoeringsplan komt een omschrijving welke activiteiten en middelen worden ingezet om die doelstellingen te bereiken.	2022	Het uitvoeringsplan is opgesteld en opgeleverd. In het uitvoeringsplan zijn de doelstellingen, middelen en activiteiten beschreven.
2	Er vindt een nulmeting ten behoeve van prestatie-indicatoren plaats, zodat er in de toekomst gemonitord kan worden of de doelstellingen worden behaald.	2022 en verder	Een 0-meting is uitgevoerd. Hier is een uitgebreide rapportage over gemaakt.
3	Er wordt een creatief concept ontwikkeld en beschikbaar gesteld voor bewoners, organisaties en bedrijven in West Betuwe. Niet alleen in woord, maar ook in beeld wordt het verhaal van West Betuwe neergezet.	2022/ 2023	Het ontwikkelen van het concept loopt volop. Er is een briefing opgesteld. De ontwerpfase volgt spoedig.
4	Onderzoeken welke mogelijkheden er in de bestemmingsregels (ruimtelijke ordening) te creëren zijn voor agro-toeristische (neven)activiteiten, voor bijvoorbeeld B&B's, streekwinkels.	2022/ 2023	Dit is een actiepunt binnen de regionale werkgroep Agrotourisme, waar West Betuwe bij is aangesloten.
5	Onderzoeken welke rol agrotourisme zou kunnen spelen binnen de zoekgebieden voor recreatie in West Betuwe welke vastgesteld is in de Ruimtelijke Strategische Visie Regio Rivierenland (juni 2019)	2022/ 2023	Nog verder te onderzoeken. Dit in samenwerking en afstemming met de regio-werkgroep Agrotourisme.
6	Binnen de gekozen gezamenlijke positionering brengen we het aanbod en de ontwikkelkansen in de kernen en over de kernen heen in kaart. Zo worden de 5 O's (overheid, ondernemers, onderwijs, onderzoek en ondernemende inwoners en verenigingen) met elkaar in verbinding gebracht en co creatie mogelijk gemaakt.	2022/ 2023	Het agro-toeristisch aanbod is in kaart gebracht. In 2022 en 2023 organiseerden we een netwerkbijeenkomst met (lokale) ondernemers, en met streekproducenten.
7	Het zichtbaar maken van de mogelijkheden en kansen rondom agro-toerisme en het ontwikkelde creatieve concept bij relevante bedrijven en ondernemers in West Betuwe	2022 en verder	Als het creatief concept klaar is, kan dit concreter worden verkend/opgepakt.
8	Het ontwikkelde creatieve concept en aanbod aan laten sluiten en toepassen op de bestaande marketingactiviteiten rondom agro-toerisme en het merk 'Betuwe', dat gevoerd wordt door BT.	2022 en verder	Als het creatief concept klaar is, wordt dit verder opgepakt/meegenomen.

9	Invulling geven aan een betekenisvolle rol van West Betuwe binnen de ambities en versnellingsopgave agrotourisme van Regio Rivierenland	2022 en verder	Loopt. Het team economie neemt actief deel aan de werkgroep Agrotourisme.
10	Gebiedsmarketing – 'West Betuwe op de kaart' wordt als onderdeel meegenomen in de omgevingsvisie.	2022	Is meegenomen in de omgevingsvisie.

Consequenties

Geen.

Financiën

Als (start)budget is er voor de uitvoering van de gebiedsmarketing jaarlijks 15.000 euro beschikbaar gesteld in de Perspectiefnota 2023. We verwachten dat dit budget voor de uitvoering van het plan volstaat. Als er eventueel meer budget nodig is, kijken we in eerste instantie naar het slim schakelen met andere afdelingen of stakeholders.

Communicatie

Bij gebiedsmarketing is een goede en heldere communicatie belangrijk, zo niet essentieel. Hoe we dit in West Betuwe oppakken en welke stappen we zetten, staat in het uitvoeringsplan voor 2023-2026.

Via de gemeentelijke kanalen communiceren we, onder andere via een persbericht, over (de start van) het uitvoeringsplan.

Vervolg

Vanaf juli 2023 gaan we met het uitvoeringsplan gebiedsmarketing van start.

Over twee jaar voeren we, als vervolg op de 0-meting, een 1-meting uit. Dit is wenselijk om het effect van de gebiedsmarketing inzichtelijk te maken. En om zo nodig bij te sturen. We gaan dan ook aan de slag met een evaluatie van de gebiedsmarketing met bijbehorend actieprogramma. Vervolgens wordt u met een raadsinformatienota geïnformeerd over de uitkomsten hiervan.

Bijlage(n)

1. Uitvoeringsplan gebiedsmarketing 2023-2026
2. Rapportage 0-meting
3. Nota Gebiedsmarketing - 'West Betuwe op de kaart'

Suggestie ter afhandeling

Voor kennisgeving aannemen

26 mei 2023

Kenmerk GZDGWB/984419

Pagina 6 van 6

Burgemeester en wethouders van de gemeente West Betuwe,
de gemeentesecretaris, de burgemeester,
Philip Bosman Servaas Stoop