Toerisme en Recreatie in Nederweert

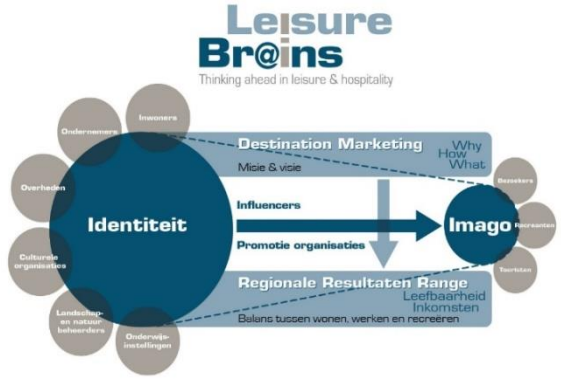
Presentatie B&W 1 december 2020

Op weg naar een wenkend perspectief 2030

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Toerisme en Recreatie in Nederweert



Hoe beleeft de gast, recreant, toerist, inwoner Nederweert in 2030 op toeristisch en recreatief gebied? Welke stappen moet de gemeente / ondernemers/ stakeholders zetten om daar vanaf nu constructief aan bij te dragen om die beleving in 2030 te realiseren?

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure
Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Sterke punten



Een prima ligging / pleisterplaats nabij A2 waar veel toeristen voorbij rijden en te verleiden zijn (stel je kunt 1% verleiden om de afslag te nemen om er een activiteit te ondernemen is dat al heel veel).

De kanalen bieden in de kern potentie (maar dit is al generaties een terugkerend thema dat niet omgezet wordt in acties).

Qua natuur heeft Nederweert een prima basis om de beweging van intensieve landbouw naar een natuurlijke omgeving vorm te geven. Er is de laatste jaren al heel veel geïnvesteerd in het landschap.

Er is zeker sprake van goed ondernemerschap (zie ook andere sectoren).

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Zwakke punten



De fiets- en wandelstructuur kan sterk verbeterd worden. Denk aan creatieve verbindingen met het water.

De intensieve veehouderij / slechte luchtkwaliteit is een nadeel. Mogelijk moet zichtbaar gemaakt worden welke stappen al gezet zijn om dit te verbeteren.

De branding van Nederweert is nog te algemeen. Een beetje dit en een beetje dat. Aansluiting bij de diversiteit van Midden-Limburg is een must, maar ook de aansluiting bij de Brabantse peel biedt kansen.

De vele verhalen kunnen nog meer zichtbaar gemaakt worden in het landschap (strorytelling).

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Kansen



Opvallend is dat vooral dagrecreatie wordt genoemd door leden van de gemeenteraad als kans en verblijfsrecreatie blijft onbesproken.

Water is een terugkerend thema dat als kans wordt gezien. Denk aan de kanalen en met name de Noordervaart (niet meer bevaarbaar).

Verbinding met Brabant.

Meer inzetten op het verleden t.w. zichtbaar maken en storytelling.

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Bedreigingen



De geuroverlast en fijnstof kan ook in de branding en storytelling tegen gaan werken of nog lang nawerken.

Stakeholders denken mogelijk te klein. Een wenkend perspectief is nodig. De energie moet los komen.

Men staat pas aan het begin van een transitie en beelden over mogelijkheden zijn niet zichtbaar of niet grijpbaar.

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Blauwe oceaan denken



Het verleden laten rusten en energiek naar de toekomst kijken vanuit een pro actieve houding.

Er moeten wel stappen gezet worden.
De raad en ondernemers willen resultaat zien.

Nederweert wil zich groter maken.

Inzet op branding, ook in samenwerking met Brabant.



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure
Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Blauwe oceaan denken



Inzet op Noordervaart als ontwikkelgebied.

Infrastructuur verbeteren.

Meer regie, samenwerking en stimuleren van initiatieven.

Meer de muziekcultuur benutten.



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure
Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Blauwe oceaan denken



Eenzijdigheid (voornamelijk agrarische) economie.

Er wordt soms te kleine binnen hokjes gedacht. De agrarische sector is te re-branden. Niet meer als industriële overlast gevende sector, maar als een moderne sector waar de consument een toegevoegde waarde ondervindt.



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure
Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Blauwe oceaan denken



Verblijfsrecreatie is er weinig in Nederweert. Mogelijk ligt daar een kans.

Verbindingen qua infrastructuur en bewegwijzering tussen natuurgebieden is een terugkerend thema en het biedt kansen.



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Missie 2030, waar staan we voor?



HET WAAROM?

WAARVOOR?

HOE? (strategie)

Nederweert is een ondernemende gemeente die in steeds belangrijker mate inzet op een gezamenlijke gastvrijheid voor bezoekers die past bij Limburg en de Peel. Ondernemers richten zich met name op dagrecreatie, maar ook meer en meer op verblijfsrecreatie.

Het water en de vele peelvenen worden steeds meer gebruikt als onderscheidend vermogen. De identiteit van Nederweert is gelardeerd met het agrarisch verleden en heden. Daar zijn de inwoners groots op en dat dragen ze uit naar bezoekers.

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality



HET WAAROM?

WAARVOOR?

HOE? (strategie)

Visie 2030, waar gaan we voor?

In 2030 is Nederweert een gemeente waar Toerisme en Recreatie in toenemende mate belangrijke pijlers vormen onder de lokale economie als gedeeltelijk antwoord op de agrarische transitie. De identiteit van Nederweert is echter nog onmiskenbaar landelijk.

Er is sprake van een hoge mate van verbinding tussen natuur, landschap, water, landelijke bedrijvigheid en recreatie. Nederweert biedt totaalbelevingen die gericht zijn op een scala aan doelgroepen, waaronder eigen inwoners.

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Kernwaarden 2030

Hoge kwaliteit
Vernieuwend
Natuurlijk
Gastvrij
Duurzaam
Samen
Groots
Onderscheidend





HET WAAROM?

WAARVOOR?

HOE? (strategie)

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Strategie



HET WAAROM?

WAARVOOR?

HOE? (strategie)

Op basis van alle opgehaalde informatie zien we de mogelijkheden om te komen tot een projectenaanpak, met als overkoepelend thema:

"Eerst de basis op orde krijgen"



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Ruimtelijke nulmeting



Wat:
Op een kaart alle wandelpaden en fietspaden inzichtelijk maken met daarop alle aantrekkelijke hotspots en recreatieve voorzieningen.

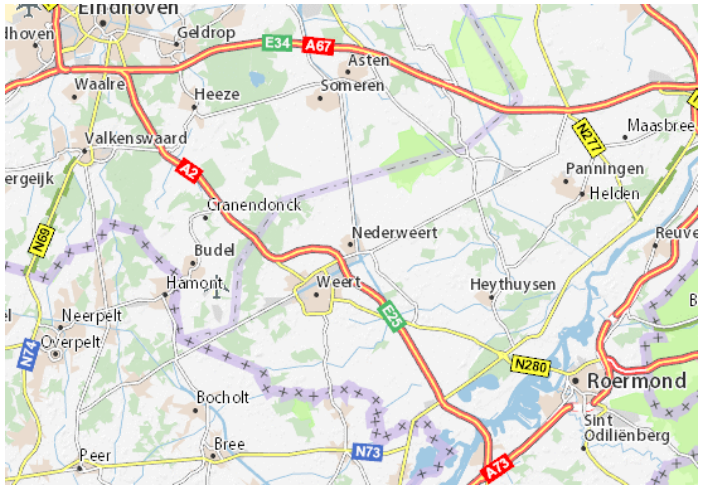
Voor wie:
Bestemd voor eigen inwoners, ondernemers, projectpartners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Het geeft inzicht bij het creëren van een kansenkaart en de ondersteuning bij nieuwe initiatieven.

Hoe:
We gebruiken als basis de kaarten van het Routebureau Limburg voorzien van de wandelpaden en fietspaden. We doen dit met behulp van het Routebureau, stagiaire. Mogelijk beperkt externe partij.

Beoordeling:
Hoge impact, gemakkelijk

Kosten:
PM



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Economische nulmeting



Wat:
We berekenen wat de sector economisch direct en indirect betekent voor Nederweert.

Voor wie:
Bestemd voor gemeente, ondernemers, projectpartners.

Waarom:
Het geeft inzicht bij het formuleren van ambities en projecten. Tevens is het de basis bij nieuwe initiatieven.



Hoe:
Op basis eigen berekening, trendrapportage provincie. Deels met behulp van externe partij, bijvoorbeeld Markteffect. Nog nader te verkennen en te bespreken.

Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verdere versterking infrastructuur



Wat:
Versterken en toevoegen fietspaden of wandelpaden. Welke slimme verbindingen zijn er mogelijk om tot een fijnmazig netwerk te komen? Is het mogelijk solitaire fietspaden aan te leggen die niet de autoroutes volgen? Welke creatieve mogelijkheden zijn er in relatie tot de kanalen. We denken daarbij out of the box. Bijvoorbeeld: wandelen en fietsen op, boven en door het water.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.



Waarom:
Het zorgt voor een aantrekkelijker landschap, aantrekkingskracht en meer traffic.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Hoe:
We doen dit samen met het Routebureau, maar we betrekken er ook inwoners bij via een enquête. Dit geeft draagvlak en creëert verbondenheid.

Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten·
PM

Nederweert
samen groots, samen doen!



Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verdere versterking infrastructuur

Voorbeeld deelproject



Wat:
Verbinding over het kanaal bij Stokershorst (pontje, brug, tunnel)

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Het zorgt voor een logische verbindingsroute naar, van en tussen de Peelvenen en de ontsluiting van landgoed het Kruis.



Hoe:
We doen dit door studenten uit te dagen om tot een project te komen waarin alle scenario's worden doorgerekend en verkend.
Mogelijke samenwerking met bureau Kragten op dit punt.

Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM

Nederweert
samen groots, samen doen!



Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verbinding natuurgebieden



Wat:
Betere bereikbaarheid en vindbaarheid via een betere infrastructuur. Nieuwe wegen, nieuwe verbindingen.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Het zorgt voor een aantrekkelijker landschap, aantrekkingskracht en meer traffic.

Hoe:
Verbinding met Brabant. Verbinding met Staatsbosbeheer. Externe partijen.
Deels via bebording en moderne app.
Websites koppelen.

Beoordeling:
Hoge impact, gemakkelijk

Kosten:
PM





Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verbinding hotspots



Wat:
Betere bereikbaarheid en vindbaarheid via een betere infrastructuur.

Voor wie:
Bestemd voor recreanten en toeristen.

Waarom:
Het geheel is groter dan de som der delen. Het zorgt voor een aantrekkelijker aanbod, aantrekkingskracht en meer traffic.

Hoe:
Verbinding vanuit bijvoorbeeld Eynderhoof met andere aanbieders.
Websites koppelen.

Beoordeling:
Hoge impact, gemakkelijk

Kosten:
PM





Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op zichtbaar maken historische verhalen



Wat:
Wie waren de helden van Nederweert, welke legendes, sagen moeten we bewaren en doorgeven.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Storytelling is de nieuwe marketing.

Hoe:
Via Apps, mogelijk bebording.
Heemkunde, Alfons Breukers
Inzet stagiare

Beoordeling:
Lage impact, gemakkelijk

Kosten:
PM






Jan Hendriks alias `Bolle Jan`

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op ontsluiten creativiteit (nieuwe) ondernemers, waaronder slimme PMC (vooral kennis van doelgroepen)



Wat:
Keukentafelgesprekken en startersgesprekken, hulp bij uitdenken business concepten.

Voor wie:
Bestemd voor ondernemers.

Waarom:
Kennis en kunde ontsluiten. Inspelen op kansen (kaart).

Hoe:
Vragen ontsluiten via enquête.
Deels kan dit via Keyport, Leisure academy, LIOF, RECRON, KHN

Beoordeling:
Hoge impact, gemakkelijk

Kosten:
PM

LLA Limburg Leisure Academy

LIOF Voor ondernemend en innovatief Limburg

Keyport Connecting Tomorrow, Today 2020

Nederweert samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet verleiding A2 passanten op ludieke wijze



Wat:
Slimme slogan als blikvanger. Ontsluiting via Toeristisch Overstap Punt voor de regio.

Voor wie:
Bestemd voor recreanten en toeristen.

Waarom:
Aandacht werkt.
Een Toeristisch Overstap Punt genereert traffic en is een gelegenheid informatie uit te wisselen.



Hoe:
We doen dit door de verbinding te leggen met de nieuwe eigenaar van het te bouwen hotel. Tevens leggen we de verbinding met Limburg marketing.

Beoordeling:
Hoge impact, deels gemakkelijk, deels moeilijk



Kosten:
PM

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op Noordervaart als recreatieve hotspot



Wat:
Verkennen mogelijkheden ontwikkeling Noordervaart tussen de sluis en Niesakkerbrug.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Sluit mogelijk aan bij vraag van gemeenteraad voor meer water als zwemgelegenheid.

Hoe:
Verkennend gesprek met eigenaar / beheerder
Ophalen voorbeelden elders.







Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verkenning mogelijkheden kanalenviersprong



Wat:
Verkenning mogelijkheden en eerdere ideeën.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Het is een iconische plek, lijkt er voor bedoeld te zijn.

Hoe:
Inlezen eerdere plannen.
Gesprek met eigenaar.
Ophalen ideeën elders.

Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM





Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op optimale branding



Wat:
Mogelijkheden beter benutten.
Van meerdere walletjes eten.

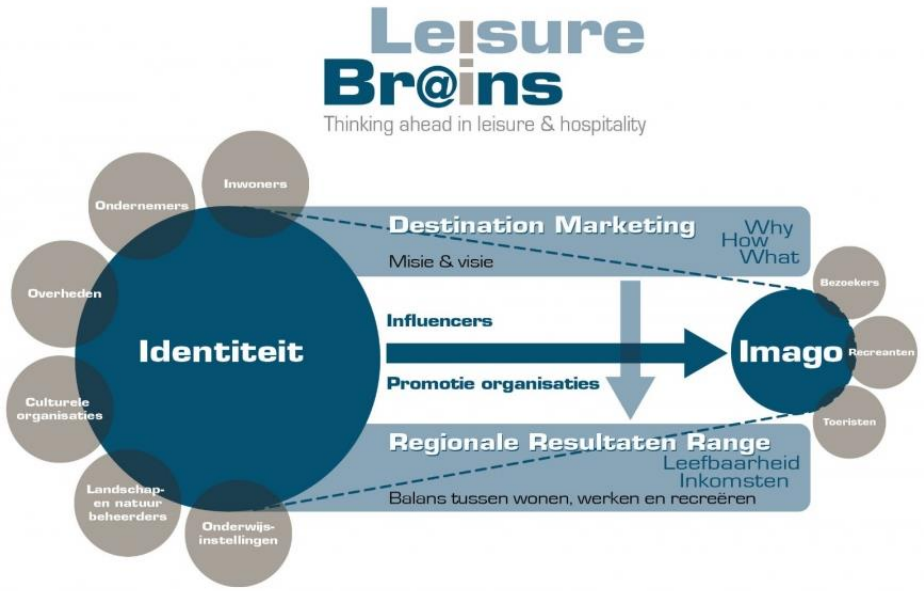
Voor wie:
Bestemd voor eigen inwoners, recreanten en toeristen.

Waarom:
Nederweert heeft nog geen toeristisch recreatief imago.
Link tussen identiteit en imago.

Hoe:
Limburg Marketing / Midden Limburg
Brabantse peel
Eigen website

Beoordeling:
Hoge impact, gemakkelijk

Kosten:
PM



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure
Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op verkenning verblijfsrecreatie



Wat:
Verkenning locaties geschikt voor verblijfsrecreatie.

Voor wie:
Bestemd voor eigen inwoners, toeristen.

Waarom:
Als het elders kan (Roggel / Someren) kan het hier ook.

Hoe:
Gesprekken met grondeigenaren en marktpartijen.

Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM





Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Inzet op versterking imago landbouw



Wat:
Bewustzijn bij sector dat men (mede) gastheer van het landschap is.

Voor wie:
Bestemd voor inwoners, recreanten en toeristen

Waarom:
De consument wil beleving en steeds meer betekenis ervaren.

Hoe:
Gesprekken met LLTB en agrariërs in Nederweert .
Gebruik maken van kennis cross overs in Noord-Limburg.



Beoordeling:
Hoge impact, moeilijk

Kosten:
PM



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

PURE BELEVING
landwinkel
www.landwinkel.nl

Impact analyse

Hoge impact		BIG EASY
Lage impact		
	Moeilijk	Gemakkelijk

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Lage impact en gemakkelijk

Niet verkend.

Kansen pakken gedurende het traject.



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Lage impact en moeilijk

Niet verkend.

Per definitie niet doen.

Hoge impact		BIG EASY
Lage impact		
	Moeilijk	Gemakkelijk

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Hoge impact en gemakkelijk

Ruimtelijke nulmeting

Inzet op versterking infrastructuur (mate van ambitie is bepalend)

Inzet op verbindingen natuurgebieden (mate van ambitie is bepalend)

Inzet op verbinding hotspots

Inzet op zichtbaar maken historische verhalen

Inzet op ontsluiten creativiteit (nieuwe) ondernemers, waaronder slimme PMC (vooral kennis van doelgroepen)

Optimale branding

Verleiding A2 passanten



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Hoge impact en moeilijk

Economische nulmeting

Inzet op versterking infrastructuur (mate van ambitie is bepalend)

Inzet op verbindingen natuurgebieden (mate van ambitie is bepalend)

Versterking imago landbouw

Verkenning nieuwe vormen verblijfsrecreatie

Doorontwikkeling kanalenviersprong

Noordervaart als recreatieve hotspot



Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Hoge impact en moeilijk	Hoge impact en gemakkelijk
Economische nulmeting Inzet op versterking infrastructuur (mate van ambitie is bepalend) Inzet op verbindingen natuurgebieden (mate van ambitie is bepalend) Versterking imago landbouw Verkenning nieuwe vormen verblijfsrecreatie Doorontwikkeling kanalenviersprong Noordervaart als recreatieve hotspot	Ruimtelijke nulmeting Inzet op versterking infrastructuur (mate van ambitie is bepalend) Inzet op verbindingen natuurgebieden (mate van ambitie is bepalend) Inzet op verbinding hotspots Inzet op zichtbaar maken historische verhalen Inzet op ontsluiten creativiteit (nieuwe) ondernemers, waaronder slimme PMC (vooral kennis van doelgroepen) Optimale branding Verleiding A2 passanten
Lage impact en moeilijk	**Lage impact en gemakkelijk**
Per definitie niet doen	Kansen pakken die voorbij komen

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality

Vervolgstappen



Go/No Go per project

Verdere verfijning en kosten in kaart brengen

Raadsinformatiebrief

Ondernemers optimaal bij betrekken

Inwoners optimaal bij betrekken

Ambtelijke begeleiding

Tussentijdse verantwoording en terugkoppeling

Tussentijds meten

Nederweert
samen groots, samen doen!

Leisure Br@ins
Thinking ahead in leisure & hospitality