



www.deutschland-nederland.eu

Persbericht

Gronau, 14 oct 2016

## **Het project GTI zet eerste stappen ter stimulering van het grensoverschrijdend toerisme.**

De doelstelling van het project 'Grensoverschrijdende Toeristische Innovatie' (GTI) van de EUREGIO in Gronau is het aantrekkelijker maken van het toeristisch aanbod voor gasten van de andere kant van de grens. Scholing van dienstverleners uit de toeristische branche staat daarom centraal. In workshops en via online trainingsmodules wordt zowel de kennis over de wensen van de Duitse gast als de kennis over de eigen regio vergroot. Met nieuwe communicatievormen wordt getest hoe je je doelgroep beter bij je product kunt betrekken.

### **Tips en tools voor een blijvende indruk**

Zo'n 100 toeristische ondernemers en organisaties uit de Nederlandse en Duitse grensstreek hebben op 22 juni deelgenomen aan de eerste workshop in het kader van de zogenaamde GTI Academie. Onder het motto 'Duitse gasten verbluffen' ontdekten de deelnemers op een interactieve manier met welke serviceaspecten je kunt scoren bij gasten uit het buurland. De goede en inspirerende sfeer komt uitstekend over in de [korte video](#) die van deze bijeenkomst is gemaakt.

Deze herfst zijn nog twee workshops gepland. De bijeenkomst op 8 november is weer grensoverschrijdend van opzet en gaat over de vraag hoe je potentiële klanten in het buurland het beste bereikt en waar je bij het aanspreken van deze gasten op moet letten. Begin december staat het thema online-marketing centraal. We bespreken waaraan een website tegenwoordig moet voldoen en hoe je – ook met beperkte middelen – gebruik kunt maken van de mogelijkheden die bijvoorbeeld Google en Social media bieden om online je product in het buurland te promoten. Ook krijg je te horen wat de Duitse bezoeker op jouw site belangrijk vindt. Online een reis boeken is in Duitsland bijvoorbeeld nog lang niet zo wijdverbreid als in Nederland. Tegelijkertijd worden Duitse bedrijven geïnformeerd over het functioneren van de Nederlandse markt.

### **Meten = weten**

Aan het begin van het project is een 'nulmeting' uitgevoerd onder toeristische bedrijven en organisaties uit het projectgebied. Uit de eerste resultaten blijkt dat een groot deel (73%) van de Duitse respondenten vindt, dat ze geen of slechts beperkte kennis van de Nederlandse markt hebben. Het opvullen van deze hiaten in de kennis is een belangrijke doelstelling van het INTERREG-project. Aan het einde van het project zal dezelfde meting worden gedaan om te evalueren wat de effecten van het project zijn geweest.

### **Online trainingsmodules in Gelderland**

Hoe ontvang ik Duitse gasten? Wat kan ik doen opdat zij zich prettig voelen in mijn hotel en in mijn



[www.deutschland-nederland.eu](http://www.deutschland-nederland.eu)

streek? Dat kunnen receptionisten en medewerkers van de VVV's in de Regio Arnhem-Nijmegen en de Veluwe leren in het e-learningprogramma [www.regioambassadeur.nl](http://www.regioambassadeur.nl). Er worden algemene tips gegeven en verschillende thematische trainingen aangeboden. Bijvoorbeeld over Van Gogh in Gelderland of de belangrijkste evenementen in deze provincie. Na het volgen van de praktische en informatieve modules is het veel gemakkelijker om bezoekers wegwijs te maken in de regio.

### **Wat willen dagjesmensen?**

Om meer inzicht te krijgen in het inkomend dagtoerisme vanuit Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen heeft het toeristisch projectbureau van de EUREGIO een studie in opdracht gegeven aan NBTC Holland Marketing. Naast vragen over welke uitstapjes naar Nederland worden gemaakt, gaat het ook om wie er hoe vaak op pad gaat, wat er wordt ondernomen en hoeveel er wordt uitgegeven. is. Van de bijna 47 miljoen dagtochten die tussen juni 2015 en mei 2016 naar Nederland werden gemaakt, hadden 4,7 miljoen Overijssel als bestemming en 4 miljoen Gelderland. De belangrijkste activiteit is het winkelen aan de andere kant van de grens (meer dan 50%). Andere populaire activiteiten zijn uit eten gaan en het bezoeken van een stad. De economische waarde van deze uitstapjes is aanzienlijk: in Overijssel wordt gemiddeld € 83 en in Gelderland € 77 uitgegeven per persoon per dagtocht.

Een vergelijkbaar onderzoek over dagtochten naar de Duitse grensstreek vanuit Nederland wordt door Project M uit Hamburg gedaan. De resultaten worden in het voorjaar van 2017 verwacht.

### **Nieuwe communicatievormen**

Hoe betrek je je doelgroep bij je product? In het project GTI wordt actief gezocht naar en gewerkt met nieuwe communicatievormen. Een folder alleen is niet meer genoeg. In juli stond op [geheimoverdegrens.nl](http://geheimoverdegrens.nl) bijvoorbeeld een ludieke quiz over bezienswaardigheden en activiteiten in het Münsterland, Emsland, Grafschaft Bentheim en het Osnabrücker Land. Naast de hoofdprijs – een weekendje weg – waren er ook tal van entreekaarten te winnen. De Duitse quiz die de Nederlandse grensstreek als thema had liep in september.

Informatieverschaffing wordt steeds digitaler. Websites en social media zijn niet meer weg te denken uit de communicatiemix. Het toverwoord voor succesvolle websites is contentmarketing. Een website moet inspireren door een interessante teksten en authentieke foto's en films. Daarom wordt er hard gewerkt aan de productie van inspiratievideo's. Ook wordt intensief samengewerkt met bloggers die door de ogen van een normale bezoeker naar de streek kijken. Veel van de teksten en foto's zullen ook worden gebruikt voor de nieuwe brochure die eind van het jaar zal verschijnen onder het motto: tips van bezoekers voor bezoekers.

Meer informatie: [www.toerisme-euregio.nl](http://www.toerisme-euregio.nl)



www.deutschland-nederland.eu

---

### **Achtergrondinformatie**

Het project 'Grensoverschrijdende Toeristische Innovatie' (GTI) wordt in het kader van het INTERREG V A programma Deutschland-Nederland medegefinancierd door het Europese Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en door de Staatskanzlei van de deelstaat Nedersaksen, het Ministerie van Economische Zaken van de deelstaat Noordrijn-Westfalen en de provincies Overijssel en Gelderland. Het wordt begeleid door het programmamanagement bij de EUREGIO.

Centraal binnen het project GTI staat de samenwerking met toeristische partners. Inhoudelijke zwaartepunten vormen onder andere de thema's onlinemarketing, citymarketing en campingtoerisme. Alle Regionale Bureaus voor Toerisme in Gelderland en Overijssel, Stichting Gelderland Toerisme (met RBT KAN, Veluwe, Achterhoek en Rivierenland) en Marketing Oost (met Twente), alsmede partnerorganisaties in de Duitse streken Münsterland, Emsland, Grafschaft Bentheim en Osnabrücker Land werken samen in dit project.

---

### **Noot voor de redactie**

Grensoverschrijdend Projectbureau voor Toerisme / EUREGIO, contactpersoon Edwin Kok, [e.kok@euregio.nl](mailto:e.kok@euregio.nl) of tel. 053/46051-42