

Samen voor een toekomstbestendige toeristische sector

Strategie 2025 - 2030

Stichting Toerisme en Recreatie Berg en Dal

September 2024



Inleiding

De Stichting Toerisme en Recreatie Berg en Dal, kortweg STER, is één van de belangrijk(st)e spelers in de gemeente op het gebied van samenwerking voor toeristische promotie, productontwikkeling en belangenbehartiging. De wereld om ons heen is de afgelopen jaren enorm veranderd, door Covid-19 pandemie, door het toegenomen belang van verduurzaming, de groeiende bevolking en de veranderende blik van de maatschappij op toerisme. Dit vraagt om een vernieuwde visie en strategie van STER voor de toekomst.

Met deze notitie geven wij aan welke rol STER de komende jaren kan en wil spelen om te werken aan de toekomstbestendigheid van toerisme in Berg en Dal. Hiervoor is input verzameld bij de achterban van STER (zie o.a. bijlage) en bij belangrijke partners als de gemeente Berg en Dal en Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (TVAN).



1. Over STER

Stichting Toerisme en Recreatie (STER) Berg en Dal is opgericht (2001) door een aantal ondernemers en de VVV Rijk van Nijmegen. Met als doel de lokale promotie van toerisme en recreatie, productontwikkeling, belangenbehartiging voor de sector en bevorderen van samenwerking.

Ondertussen is het is een ondernemersplatform van ca. 125 toeristische bedrijven en organisaties (zoals dag-, verblijfs- en groepsaccommodaties, musea, gastronomie) uit de gemeente Berg en Dal, waarvan zo'n 65 betalende deelnemers.

STER zet in op de versterking van drie unieke toeristische kwaliteiten van Berg en Dal die samenkomen in de slogan '*Ons Binnenste Buitenland*', namelijk:

- *Natuur en Landschap*: het unieke landschap ontstaan in de ijstijd kenmerkt zich door voor Nederland grote hoogteverschillen die zorgen voor prachtige vergezichten, en een afwisselende landschappen met loof- en naaldbossen, uiterwaarden langs de Waal, akkers, weilanden en lieflijke dorpjes.
- *Cultuurhistorie*: Van de Romeinen, tot aan de Tweede Wereldoorlog en de lokale geschiedenis zoals de baksteen- en waterij industrie.
- *Wijn en streekproducten*: Groesbeek is het wijndorp van Nederland met het Nederlands wijnbouwcentrum, maar de lokale akkers en voedselbossen produceren nog veel meer smakvolle producten.

De kracht van de STER zit hem in de nauwe verbondenheid met de lokale sector, waardoor ze goed op de hoogte is van wat er speelt. Als verbindende schakel is de STER goed gepositioneerd voor het gezamenlijk ontwikkelen van aanbod en het behartigen van belangen van de lokale sector in de regio, bij TVAN en bij de gemeente Berg en Dal. De inzet van STER draagt er aan bij dat Berg en Dal op een actuele en kwalitatieve manier wordt gepromoot, dat de gemeente rekening kan houden met de behoeftes en wensen van ondernemers bij het beleidsontwikkeling en dat ondernemers elkaar versterken.

De toegevoegde waarde van STER:

- Partner in het ontwikkelen van aanbod met en voor de sector;
- Actuele kennis van de lokale sector, regionale en nationale ontwikkelingen en trends op het gebied van recreatie en toerisme;
- Belangenbehartiger van de sector;
- Stimuleren van ontmoeting en kennisuitwisseling tussen ondernemers.

De STER-organisatie bestaat uit een bestuur van lokale ondernemers (onbezoldigd), een onafhankelijk voorzitter (onbezoldigd) en een betaalde manager. De financiering komt met name van de gemeente Berg en Dal (basis) en deels van de aangesloten bedrijven en organisaties. Daarnaast ontvangt de STER regelmatig eenmalige bijdragen voor specifieke projecten of activiteiten.



2. Belang toerisme in Berg en Dal

In het Rijk van Nijmegen, genieten jaarlijks miljoenen Nederlandse en internationale bezoekers van hun vrijetijd. Toerisme en recreatie is daarmee een belangrijke economische sector voor deze regio. De omvang van de toeristisch recreatieve bestedingen in de regio Arnhem-Nijmegen bedraagt ruim € 1,6 miljard¹. Dit betekent een werkgelegenheid van 24.690 FTE in 2022², zo'n 6% van de totale werkgelegenheid in de regio Arnhem-Nijmegen³. Voor de gemeente Berg en Dal bedraagt de toeristische werkgelegenheid zelfs meer dan 9%⁴.

Toerisme is een belangrijk middel om de regionale opgaven op het gebied van economie, werkgelegenheid, leefbaarheid en duurzaamheid te beantwoorden (NBTC, perspectief 2030). Zo kan toerisme bijdragen o.a. aan de instandhouding van buslijnen, horeca en retail in kleine kernen en zorgt het ook voor werkgelegenheid met name voor praktisch opgeleiden. Veel toeristische voorzieningen zijn daarnaast aantrekkelijk voor inwoners, denk aan wandelroutes, musea en horeca. Toerisme levert daarmee een grote bijdrage aan de leefbaarheid voor inwoners in de regio.

Daarbij is het belangrijk dat toerisme haar eventuele negatieve sociale, economische en ecologische effecten zoveel mogelijk probeert te beperken. Dit sluit aan bij de Green Destinations certificering van Berg en Dal (sinds 2018) en bij het laatste rapport van NBTC (Op weg naar klimaatneutraal toerisme, 2022).

De totale CO2 uitstoot van toerisme in Arnhem Nijmegen is berekend op 66.313 ton CO2⁵, dit is vergelijkbaar met de uitstoot van zo'n 3.400 Nederlandse huis-

houdens uitstoten in een jaar⁶. Voor binnenlandse gasten geldt dat zo'n 68% van deze uitstoot wordt veroorzaakt door de accommodaties waar ze verblijven, 25% door het transport en 7% door de activiteiten die ze ondernemen. Voor buitenlandse gasten is de verdeling 67% transport, 22% accommodatie en 2% activiteiten.

De belangrijkste maatschappelijke opgaven waaraan toerisme in Berg en Dal een bijdrage kan leveren zijn:

- Versterken en behouden van de leefbaarheid in de verschillende dorpen;
- Versterking van de lokale economie, denk aan het draagvlak voor winkels en horeca;
- Behoud en versterking van het landschap en verduurzaming.

⁶ Gemiddelde uitstoot van een Nederlands gezin van 2,2 personen volgens milieu centraal 19.500 kilo CO2 o.a. vervoer, wonen, eten, auto, etc. Bron: <https://www.milieucentraal.nl/media/tqojovzu/factsheet-co2-voetafdruk-huishoudens.pdf>

¹ Bron: <https://www.toerismevan.nl/wp-content/uploads/2020/03/Toeristisch-toekomstperspectief-regio-Arnhem-Nijmegen.pdf>

² Bron: <https://webazines.toerismevan.nl/kerncijfers-arnhem-nijmegen/#slide/14>

³ Totale werkgelegenheid Arnhem-Nijmegen in 2022 413.180. Bron: https://media.gelderland.nl/Rapportage_PWE_2022_1_6457d16817.pdf

⁴ Bron: https://cuatro.sim-cdn.nl/bergendal/uploads/economische-visie-gemeente-berg-en-dal-2017-2021-hier-wordt-gewerkt_0.pdf?cb=8jnq5MQa

⁵ Bron: <https://www.toerismevan.nl/wp-content/uploads/2020/03/Toeristisch-toekomstperspectief-regio-Arnhem-Nijmegen.pdf>



3. Kansen en uitdagingen

Toerisme is dus van grote toegevoegde waarde voor Berg en Dal en biedt mogelijkheden bij te dragen aan maatschappelijke opgaven van de gemeente. Kijkend naar de toekomst heeft de STER met haar netwerk alle trends en ontwikkelingen in kaart gebracht die de komende jaren van invloed zijn op de ontwikkeling van toerisme in Berg en Dal. Een volledig overzicht is toegevoegd in bijlage. De STER ziet als belangrijkste kansen en uitdagingen:

- Versterking regionale samenwerking in het Rijk van Nijmegen;
- Verlenging van het toeristisch seizoen;
- Schaarste op de arbeidsmarkt;
- Vergrijzende bezoekers en inwoners;
- Stijging aantal inwoners in de regio en daardoor toenemende druk op de ruimte/landschap;
- Minder grip op communicatie, door een groeiend aantal (online) bronnen.

Gezien deze ontwikkelingen is het belangrijk dat de STER haar positie bestendigt met een heldere nieuwe missie, visie en strategie.

4. Missie, visie en strategie

De bovengenoemde ontwikkelingen in toerisme in Berg en Dal, de kansen en uitdagingen die er liggen maakt een actuele missie, visie en strategie urgent. Gezien de organisatorische uitdagingen, is het belangrijk dat er focus is en dat de STER zich inzet daar waar zij de meeste impact kan bereiken en haar toegevoegde waarde voor deelnemers, partners en de gemeente Berg en Dal het grootste is.

Op de volgende pagina is de strategie schematisch weergegeven, vervolgens worden de twee speerpunten, acties en partners nader toegelicht.





Strategie 2025 -2030

MISSIE Wat is STER?

De STER draagt bij aan een *kwalitatieve ontwikkeling van toerisme en recreatie* in Berg en Dal door de belangen van de sector te vertegenwoordigen, kennisuitwisseling te faciliteren, gezamenlijk projecten te initiëren en de promotie van Berg en Dal als kwaliteitsbestemming te verbeteren. *De kracht van de STER is het collectief.*

VISIE Wat wil STER bereiken?

Een toekomstbestendige toeristische sector die een *positieve bijdrage levert aan de leefbaarheid en de lokale economie van Berg en Dal*. Bezoekers komen verspreid door het jaar en verspreiden zich in de gemeente. Toeristische voorzieningen zijn kwalitatief, duurzaam en inclusief.

PIJLERS Waar werkt STER aan?

Verbetering toeristisch aanbod

- Kennisoverdracht
- Initiëren van projecten ter verbetering van kwaliteit, verduurzaming, inclusiviteit, etc.
- Stimulering en/of ontwikkeling van nieuw collectief aanbod (museumkrant/routes/evenementen)

Versterking collectief

- Beter inzicht met de jaarlijkse STER-mometer.
- Partnerschap TVAN continueren en de belangen van de sector daar agenderen;
- Samenwerking met lokale en regionale partners
- Kennisuitwisseling en ontmoeting deelnemers

5. Speerpunten, acties en partners

Samenwerking is de basis om deze visie te bereiken. Alleen met input en inzet van het STER-team en haar netwerk van ondernemers en partners kan het maximale resultaat worden behaald. De samenwerking met gemeente Berg en Dal, regio Rijk van Nijmegen en TVAN is hierbij een vanzelfsprekendheid. De missie en visie zijn vertaald naar twee focus speerpunten voor de komende vijf jaar. Hieronder worden deze nader toegelicht en er acties en partners aan gekoppeld.

1. *Verbetering van het toeristisch aanbod*

Berg en Dal heeft alles in huis om een kwalitatieve en duurzame bestemming te zijn: het bijzondere landschap, de Green Destinations Certificering en unieke toeristische voorzieningen. Daarnaast is er al flink werk gemaakt aan de inclusiviteit (toegankelijkheid voor mensen met een beperking) van toerisme, middels het project Zorgeloos op vakantie. Toch staat de kwaliteit van het toeristisch aanbod onder druk.

Op sommige plekken in de regio is het toeristisch aanbod lange tijd niet doorontwikkeld, waardoor de kwaliteit in het geding is, bijvoorbeeld bij vakantieparken of campings. Daarnaast zorgt de vergrijzing aan de ene kant, en nieuwe generaties aan de andere kant voor een veranderende vraag. In deze strategische lijn zet STER in op het versterken van bestaand en het toevoegen van nieuw kwalitatief en duurzaam aanbod.

Op een aantal plekken in de gemeente is het op sommige momenten in het jaar (te) druk. Niet alleen tijdens de Vierdaagse, maar ook tijdens mooie (lange) weekenden in voor- en najaar. De verwachte verdere bezoekersgroei kan die druk vergroten en daarmee een negatieve impact hebben op de kwaliteit of zelfs zorgen voor overlast bij omwonenden of verstoring van natuur. Op andere plekken is juist nog ruimte voor een groei in het aantal bezoekers en voor de hele gemeente geldt dat er in het laagseizoen nog ruimte is.

De STER bevindt zich in een unieke positie en heeft de kennis en het netwerk

om nieuw aanbod te ontwikkelen en samen te werken aan kwaliteitsverbetering van het bestaande aanbod. Alleen met aantrekkelijke belevingen kun je mensen verleiden nieuwe plekken te bezoeken om ze vervolgens met gerichte promotie (TVAN) op het juiste moment naar de juiste plek te leiden.

Acties:

- Kennisoverdracht gericht op kwaliteitsverbetering en duurzaamheid;
- Initiëren van projecten ter verbetering van kwaliteit, verduurzaming, inclusiviteit, etc.;
- Promotie van de regio door stimulering en/of ontwikkeling van nieuw collectief aanbod (museumkrant/routes/evenementen).

Partners:

- Toeristische ondernemers, natuurorganisaties, etc;
- Gemeente Berg en Dal;
- De stad Nijmegen;
- TVAN;
- Fondsen en subsidieverstrekters.



2. *Versterking van het collectief*

De kracht van het collectief wil STER de komende jaren verder versterken. De positie van de STER dichtbij de sector, zorgt ervoor dat er veel kennis is over wat er speelt bij ondernemers en waar behoefte aan is. Dit maakt dat de organisatie de ideale partner in projecten voor verbetering van het aanbod, promotiecampagnes etc.

Middels haar partnerschap met TVAN zorgt de STER ervoor dat de promotie van Berg en Dal aansluit bij de wensen van de sector en de kansen die zij zien. Collectief kunnen lokale ondernemers in veel gevallen meer bereiken dan via hun individuele promotiekanalen.

Naast de belangenbehartiging bij TVAN is de STER ook een belangrijke partner van de gemeente Berg en Dal en komt op voor de belangen van de lokale ondernemers bij beleidsontwikkeling op regionaal of provinciaal niveau.

Daarnaast biedt de STER haar leden de kans van en met elkaar te leren en kennis uit te wisselen.

Acties:

- Verbeteren van het inzicht in de sector door te werken met een jaarlijkse STER-mometer. Deze vragenlijst zorgt ervoor dat er een goed inzicht is in hoe de sector ervoor staat, waar ondernemers mee worstelen en wat hun ambities zijn.
- Partnerschap met TVAN continueren en de belangen van de sector daar agenderen denk aan (doelgroepen, specifieke campagnes, etc.);
- Samenwerking met lokale en regionale partners.
- Vaste netwerkmomenten.
- Bijeenkomsten die bijdragen aan kennisuitwisseling en het delen van ervaringen die bijdragen aan het verbeteren en verduurzamen van het aanbod.

Partners:

- Toeristische ondernemers;
- Gemeente Berg en Dal;
- Lokale ondernemersverenigingen als Groesbeek is Genieten (BIZ), Millingse ondernemersvereniging en de Millingse BIZ;
- TVAN.



6. Realisatie versus risico's

De STER wil zich graag inspannen voor deze vernieuwde missie, visie en strategie. Er zijn voldoende kansen en mogelijkheden en STER kan vanuit haar unieke positie hier een belangrijke bijdrage aanleveren. Echter, ziet de organisatie ook een aantal belangrijke risico's die de realisatie van de strategie kunnen belemmeren. Belangrijk deze in kaart te hebben en samen met partners te werken aan mitigatie van deze risico's.

- Verschillende belangen

Dé toeristische ondernemer bestaat niet, iedere ondernemer heeft zijn eigen belang en de belangen tussen ondernemers kunnen soms conflicterend zijn. Daar komen de belangen van andere stakeholders dan nog bij. Dit kan het vasthouden aan koers lastig maken.

Mitigatie: Aan de STER is het om de balans te vinden tussen individueel belang van een ondernemer of stakeholder en tegelijkertijd haar missie en visie trouw te blijven en te staan voor het collectieve en maatschappelijke belang.

- Financiële bijdrage ondernemers

Van de 125 aangesloten bedrijven en organisaties betaalt iets meer dan de helft de financiële bijdrage. Het actiever werven van deelnemers door de manager, weegt niet op tegen de vergoeding die betaald wordt. Sommige ondernemers zien de noodzaak van samenwerking minder en/of voelen weinig collectieve druk een financiële bijdrage te leveren ("we betalen al genoeg aan de gemeente...").

Mitigatie: De vernieuwde visie en strategie op overtuigende wijze onder de aandacht brengen bij de sector. Communiceren naar ondernemers wie er wel financieel bijdraagt, groepsdruk kan wellicht helpen anderen over de streep te trekken.

- Ambitie versus capaciteit

De STER heeft veel ambitie en is ook in de positie impact te maken, de beperkte capaciteit en financiële middelen maken echter dat focus nodig is. Niet alles is mogelijk. Tegelijkertijd is de STER afhankelijk van samenwerking en/of subsidie om projecten te starten.

Mitigatie: De missie en visie zijn een belangrijk toetsingskader. Daarnaast is het belangrijk dat de financiële haalbaarheid en het draagvlak bij het netwerk meewegen in de keuzes waar tijd, middelen en energie aan worden besteed.

- Afhankelijkheid persoonlijke commitment

De STER is kwetsbaar vanwege de beperkte bezetting en de afhankelijkheid van de persoonlijke inzet van bestuur en manager. Mocht er in de toekomst een wijziging van samenstelling komen, kan dit daardoor van grote invloed zijn op de kwaliteit van de STER als organisatie.

Mitigatie: Door nog meer te werken als netwerkorganisatie, worden leden actiever betrokken en kunnen zij wellicht ook een actieve bijdrage leveren in projecten. Borgen en professionaliseren van de kennis die er is, bijvoorbeeld met de STER-mometer. Tijdig op zoek gaan naar vervanging, mochten huidige bestuursleden of manager vertrekken. Het is lastig dit risico weg te nemen bij een kleine organisatie als STER. Het is wel belangrijk te erkennen dat dit een risico is.

7. Financiën

De STER ontvangt jaarlijks een bijdrage van de gemeente Berg en Dal van € 27.000,- voor de uitvoering van haar activiteitenprogramma. Dit bedrag wordt niet geïndexeerd. Daarnaast betaalt (een deel van) het toeristische bedrijfsleven jaarlijks een bijdrage van circa € 9.500,-. Overige middelen komen voort uit projectbijdragen of incidentele acties. STER mag om niet gebruik maken van kantoorfaciliteiten in het gemeentehuis. De totale jaarbegroting schommelt al jaren rond de € 50.000,-.

Ondanks dit geringe budget is de STER in staat lokaal en regionaal invloed uit te oefenen en zichtbaar te zijn, niet in de laatste plaats door de vrijwillige inzet van de bestuursleden.

De ambitie die in deze meerjarenstrategie wordt uitgesproken, vraagt om meer menskracht en/of meer geld.

Enerzijds kan een verhoging van de structurele bijdrage door de gemeente een oplossing zijn om de kwetsbaarheid van STER te verminderen en de ambitie te realiseren. Anderzijds kan door middel van projectsubsidies, gekoppeld aan specifiek omschreven acties, de slagkracht van STER vergroot worden. Overheid en bedrijfsleven kunnen hierin samen optrekken. STER ziet dit laatste als een gewenste en kansrijke richting.

Kosten		Dekking	
Bedrijfsvoering	€ 32.000	Bijdrage bedrijfsleven	€ 10.000
Projectkosten	€ 20.000	Subsidie gemeente	€ 27.000
Verbetering aanbod	€17.000	Projectbijdragen	€ 15.000
Versterking collectief	€3.000		
Totaal	€52.000	Totaal	€ 52.000



8. Conclusie

Toerisme is en blijft enorm belangrijk voor de leefbaarheid en lokale economie van Berg en Dal. Het is belangrijk de komende jaren verder in te zetten op de verbetering van kwaliteit, duurzaamheid en inclusiviteit van het aanbod. En daarnaast ervoor te zorgen dat met nieuw aanbod de positieve bijdragen van toerisme zich nog beter spreiden over de hele gemeente Berg en Dal.

De STER is hierin van grote toegevoegde waarde gezien haar positie dicht bij de lokale sector en haar netwerk met 125 deelnemers. De actuele lokale kennis gecombineerd met het inzicht in de landelijke trends en ontwikkelingen maakt STER een belangrijke partner voor de lokale ondernemers én gemeente, TVAN en andere spelers in de regio.

Met deze nieuwe strategie voor 2025-2030, maakt de STER duidelijk waar zij voor staat, wat haar toegevoegde waarde is en hoe zij komende vijf jaar zich kunnen inzetten een bijdrage te leveren aan een toekomstbestendige sector. Komende periode zal in het teken staan van het concreet maken van de projecten en het aantrekken van de benodigde projectfinanciering.

Hierbij zal de STER zich inspannen samen met haar 125 deelnemers en uiteraard in nauwe samenspraak met belangrijke partners als de gemeente Berg en Dal en Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen.



Bijlagen

TOP 10 van trends volgens NRIT

1. Vaker kort op vakantie.
2. Meer seniorenvakanties.
3. Zelf vakantie samenstellen.
4. Altijd verbonden.
5. Bij locals.
6. Hang naar comfort.
7. Duurzaam op reis.
8. Van de gebaande paden.
9. Meer betekenisvol.
10. Gezond leven.

Bron: NRIT Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2030 van Trends & Tourism

Prijzbewustzijn neemt toe
Toerisme blijft groeien met enkele %/jaar

Spreiding toerisme

Schaarste op de arbeidsmarkt

Delen toeristische sector
(cultuur, evenementen, horeca)
economisch kwetsbaar

Verweving van detailhandel,
horeca en cultuur (blurring)

Van hoofdactiviteit naar nevenactiviteit

Winkelvoorzieningen onder druk

Verlenging van het toeristische seizoen

Ontwikkeling betekenistoerisme:
Toerisme draagt bij aan zingeving.

Stijgend aantal korte vakanties
in Nederland

'Workaction: bezoekers combineren
vaker zakelijk en privé

Groeiende zoektocht
naar geluksmomenten

Belangstelling voor authentieke
ervaringen: gekoppeld aan het DNA en
de kernwaarden van een bestemming.

Live ontmoetingen en aandacht van
de gastheer/vrouw gaat nog meer
betekenis krijgen in de toekomst

Netto vrijetijd is afgenomen. Tijd is schaars:
er wordt gezocht naar een goede invulling

Toenemende behoefte aan kwaliteit

Belang streekproducten groeit

Verhoogde interesse voor culturele
impressies, musea

Wandelen, fietsen en recreatief winkelen
onverminderd belangrijkste activiteiten

We fietsen harder, verder en vaker (e-bike)

Grote toename van online bronnen

Nieuwe spelers in toerisme: grote
platforms (Google, Booking, Airbnb,
Tripadvisor, etc)

Met data meer inzicht in wensen
en behoeftes

Versterking van de beleving
van de werkelijkheid
door augmented reality en AI

'Informatiehonger' vs. 'digitale detox

Elektrisch aangedreven rijden
(fietsen, steppen, auto)

Toename camper toerisme

Veiligheid en comfort
op en rond fietspaden

**Economische
factoren**

**Sociaal-
culturele
factoren**

**Technologische
factoren**

**Ecologische
factoren**

**Trends &
ontwikkelingen
(DESTEP)**

**Politiek-
juridische
factoren**

**Demografische
factoren**

Klimaatverandering:

- Nieuwe waterrijke gebieden voor recreanten
- Minder ver reizen of milieu-vriendelijker vervoer
- Behoeftes aan ecodiensten en -producten
- Effecten van zichtbare energietransitie

Consument wil meer en meer duurzame
accommodaties en voorzieningen (bv
green key, laadinfrastructuur)

Toegenomen druk op natuur en landschap.

Belangstelling voor natuur en landschap
groeit.

Duurzaam toerisme (Speerpunt GMR)

Corona heeft waarde en belang van
recreatie dichtbij huis benadrukt

Groeiende aandacht voor
'betekenis- en waardevol toerisme'

Regionale samenwerking
Groene Metropool Regio (GMR)

Ontspannen regio (GMR)

Belang recreatie dichtbij huis
groeit (GMR)

Vergrijzende bezoekers en bewoners

Langer leven, zorg en toerisme

Toename eenpersoonshuishoudens

Toename inwoners GMR regio

Toestroom vanuit de Randstad (wonen)

Bronnen:

NBTC, CELTH, NRIT, Fietsplatform, Wandelplatform,
KHN, ANWB, CBS, Nota Toerisme gemeente Berg & Dal

Uitkomst van enquête ondernemers Berg en Dal.

Onderwerp was wat de ondernemers verwachten van de STER.

Wat vindt je belangrijk?



Alle bedrijven (N = 50)

