

Actieplan 2019	Raming 2019
<b>1. merkidentiteit (place branding)</b>	
<b>1.1. herijking Toerisme Baarle</b>	€ 50 743
Toerisme Baarle ontvangt jaarlijks werkingssubsidie van beide gemeenten. Sinds 2017 is in een prestatieovereenkomst vastgelegd welke output de gemeenten van Toerisme Baarle verwachten.	
<b>1.2. ontwikkeling merchandising / souvenirs</b>	€ 1 750
Toerisme Baarle ontwikkelt souvenirs en merchandising in overleg en samenwerking met lokale ondernemers cq. StOB.	
<b>1.3. toeristische verwijsborden / infoborden</b>	€ 10 000
De verwijsborden naar bezienswaardigheden en nuttige plaatsen dienen vervangen te worden. Dit geldt ook voor de infoborden bij de merkplekken.	
<b>1.8. merkplekken in buitengebied benoemen en opnemen in belevingsconcept</b>	€ 0
In samenwerking met diverse stakeholders worden de merkplekken samengebracht in een belevingsconcept voor 2 doelgroepen: de fervente natuurwandelaar en gezinnen met kinderen die graag op de buiten recreëren.	
<b>1.9. UNESCO werelderfgoed</b>	PM
Eén van de prioriteiten voor Toerisme en Recreatie sinds 2012 is een plaats van de Baarlese enclaves op de UNESCO werelderfgoedlijst.	
<b>1.10. meeting West-Europese enclaves</b>	€ 10 000
Baarle wil in 2019 de West-Europese enclavegemeenten samen brengen om de enclaves als product voor nichetoerisme te ontwikkelen.	
<b>1.11. toolkit evenementen</b>	€ 2 500
Voor verenigingen en organisaties wordt een basispakket ontwikkeld dat aansluit bij de merkidentiteit van Baarle, dat zij kunnen gebruiken bij evenementen om Baarle als toeristisch productmerk promoten.	
<b>1.xx. project enclaves in beeld</b>	€ 25 000
Het project 'Enclaves in Beeld' maakt de Baarlese enclaves zichtbaar door borden te plaatsen met informatie over omtrek, oppervlakte, aantal bewoners, geografische situering ervan, e.a. leuke weetjes.	
<b>2. beleving</b>	
<b>2.2. merkplekken publieke ruimte: verbinden en storytelling</b>	€ 2 500
De merkidentiteit van Baarle bestaat ook uit typerende merkplekken of iconen. Deze moeten tot (be)leven gebracht worden voor bezoekers en met elkaar verbonden via routes.	
<b>2.4. beekvallei 't Merkske: bestaand aanbod 'heruitvinden'</b>	€ 2 000
Om het prachtige buitengebied te ontsluiten voor kleinschalig toerisme worden bestaande wandelingen en paden in een belevingsconcept opgenomen, voor zowel doorwinterde wandelaars als voor gezinnen met kinderen.	
<b>2.5. enclavepaspoort i.s.m. West-Europese enclavegemeenten</b>	€ 1 500
Zie ook actie 1.10. Met een Europees 'landeilanden-paspoort' worden toeristen aangespoord om alle vijf de West-Europese enclavegemeenten te bezoeken.	
<b>2.6. verwijsborden naar West-Europese enclavegemeenten onderling</b>	€ 2 500
Zie ook actie 1.10. In elk van de vijf enclavegemeenten zullen verwijsborden naar de andere enclavegemeenten van West-Europa worden geplaatst.	
<b>2.8. bloemenmanden</b>	€ 10 000
Jaarlijks vrolijken de gemeenten het centrum van Baarle op met bloemenmanden aan de OV-palen in delen van het toeristisch centrum.	
<b>3. wisselwerking overheid – privésector</b>	
<b>3.3. continu aandacht verfraaiing publieke ruimte</b>	€ 3 000
Beide gemeenten willen continu aandacht besteden aan een ordelijk en kwaliteitsvol toeristisch centrum.	

Actieplan 2019	Raming 2019
<b>3.7. uit te werken project 'Baarle toeristische enclavegemeente</b>	<b>€ 19 000</b>
De unieke enclavesituatie van Baarle wordt door middel van een belevingsproject uitgedragen en zichtbaar en tastbaar gemaakt, dat van alle stakeholders ambassadeurs maakt.	
<b>3.8. prestatieafspraken StOB</b>	<b>€ 20 580</b>
Het StOB ontvangt van beide gemeenten subsidie voor de organisatie van diverse activiteiten, die in prestatieafspraken zullen worden vastgelegd.	
<b>4. promotie</b>	
<b>4.2. doorontwikkeling VisitBaarle (app)</b>	<b>€ 10 000</b>
Er zal steeds nieuwe content aan de VisitBaarle app worden toegevoegd: wandel- en fietsroutes, bijzondere verhalen, de authentieke merkidentiteit van Baarle, horeca- en winkelaanbod in Baarle, ...	
<b>4.3. social mediastrategie</b>	<b>€ 5 000</b>
Social media is ook voor toeristisch Baarle een must. Na de opmaak van een concreet plan zal social media efficiënt als communicatie- en promotietool worden ingezet.	
<b>4.4. VisitBaarle platform voor merplekroutes, storytelling e.a. routes</b>	
Zie ook actie 4.2.	
<b>4.7. communicatie en marketing merkidentiteit Baarle (place branding) – extern</b>	<b>€ 5 000</b>
(Potentiële) bezoekers moeten geïnformeerd worden over het merkimago van Baarle via externe communicatie: een enclavemerk met onderscheidende, authentieke en kwaliteitsvolle reputatie.	
<b>5. digitalisering</b>	
<b>5.2. jaarlijkse kosten (gebruik platform, updates e.d.) voor VisitBaarle (app)</b>	<b>€ 5 000</b>
Jaarlijks dragen de gemeenten de kosten voor de app voor: * gebruik platform en onderhoud, * hosting, back-up en security, * QR-code abonnement.	
<b>TOTAAL 2019</b>	<b>€ 186 073</b>