

Onderwerp

Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme

Registratienummer:

CEL02.089

Samenvatting

Op 16-01-'02 hebt u besproken de notitie 'Doelstellingen en concept-actieplan' voor het 'Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme' (EZ/01.092635/A). Bedoelde notitie is daarna toegezonden aan alle betrokken organisaties en personen. De binnengekomen reacties (19) zijn verwerkt. Ook aan de onderbouwing en samenhang is aandacht besteed. Die reacties hebben op zichzelf waardevolle suggesties en opmerkingen bevat, maar waren niet van dusdanig bijzondere c.q. politiek-bestuurlijke gevoelige aard dat ze hier separate vermelding behoeven. Het resultaat is bijgaand concept van het definitieve BART. De vraag ligt thans voor of dit concept rijp is voor inspraak.

Commissie

ELPOO

d.d.

2 oktober 2002

Agendapunt:

5a

Aard bespreking Commissie:

Ter bespreking

De voorgestelde inspraak- en besluitvormingsprocedure is als volgt:

- Publicatie in donderdag-advertentie in Flevolandse huis-aan-huis-bladen (10 oktober 2002).
- Verzending concept BART aan belanghebbenden en betrokkenen (10 oktober 2002).
- Informatiebijeenkomst (30 oktober of 6 november 2002).
- Tervisielegging concept BART gedurende 4 weken (termijn loopt af op 7 november 2002).
- Concept BART, waarin inspraakreacties zijn verwerkt, samen met PS-voorstel, ter vaststelling in GS (17 december 2002 uiterlijk).
- Concept BART, samen met PS-voorstel, op agenda Cie. ELPOO (15 januari 2003), ter bespreking.
- Vaststelling 'Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme' in vergadering Provinciale Staten (6 februari 2003).

Datum

30-08-'02

Steller

S. Broekhuizen

Afdeling/Bureau

Economische Zaken

Ter inzage gelegd:

- concept Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme;
- inspraakreacties.

Voorstel GS:

- in te stemmen met tervisielegging van het concept BART ('rijp verklaren voor inspraak') en de daarin vervatte conceptbeleidsregel;
- in te stemmen met bovengenoemde inspraak- en besluitvormingsprocedure.

Gevraagd advies:

- instemming met tervisielegging concept BART;
- instemming met tervisielegging conceptbeleidsregel 'projecten en activiteiten recreatie en toerisme' zoals vermeld in 6.4.1.3;
- instemming met het voorgestelde inspraak- en besluitvormingstraject.

Advies Commissie:

De commissie adviseert in te stemmen met de tervisielegging van de genoemde stukken en het voorgestelde inspraak- en besluitvormingstraject.



Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme

(‘Eindtekst BART’)

Concept 30 augustus 2002

(EZ/02.090996/A)

Inhoudsopgave

Samenvatting	p. 1
1 Inleiding en doel	p. 3
1.1 Aanleiding, tijdshorizon, doel en betekenis in het provinciaal beleid	p. 3
1.2 Rol van de provincie	p. 6
1.3 Totstandkoming van BART	p. 6
1.4 Vervolg	p. 7
2 Schets van recreatie en toerisme in Flevoland	p. 9
2.1 Het toenemend belang van recreatie en toerisme in het algemeen	p. 9
2.2 Ontwikkeling van recreatie en toerisme in Flevoland	p. 9
3 Schets van beoogde ontwikkelingen (Ontwikkelingsvisie)	p. 24
3.1 Inleiding	p. 24
3.2 Beoogde rol van recreatie en toerisme in Flevoland	p. 24
3.3 Conceptualisering ontwikkelingsvisie Flevoland	p. 26
3.4 Ruimtelijke visie: het Omgevingsplan als planologisch kader	p. 30
3.5 Uitwerking in regiokarakteristieken Noord, Oost, Zuid en Water	p. 33
3.6 Marketingvisie	p. 35
3.7 Visie op de organisatie van de sector recreatie en toerisme	p. 36
4 Strategiebepaling	p. 38
4.1 Inleiding	p. 38
4.2 Productontwikkeling en innovatie (strategie a)	p. 38
4.3 Promotie en imagooversterking integreren in gebiedsmarketing (strategie b)	p. 41
4.4 Synergie van recreatie en toerisme met andere sectoren (strategie c)	p. 43
4.5 Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken (strategie d)	p. 45
4.6 Basiscondities versterken (strategie e)	p. 46
5 Actieprogramma: overzicht van acties en projecten	p. 56
5.1 Inleiding	p. 56
5.2 Toelichting op het Actieprogramma	p. 56
5.3 Productontwikkeling en innovatie (a)	p. 57
5.4 Promotie en imagooversterking integreren in gebiedsmarketing (b)	p. 59
5.5 Synergie van recreatie en toerisme met andere sectoren (c)	p. 60
5.6 Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken (d)	p. 61
5.7 Basiscondities versterken (e)	p. 62
6 Instrumentarium en organisatie	p. 67
6.1 Inleiding	p. 67
6.2 Organisatiestructuur	p. 67
6.3 Rol provincie Flevoland, andere overheden, bedrijfsleven en overige organisaties	p. 68
6.4 Investeringsraming en financiering	p. 71
6.5 Aanvullende maatregelen en instrumenten	p. 76
Afkortingen	p. 77
Literatuurlijst	p. 78
Eerder verschenen deeldocumenten	p. 79

Samenvatting

Dit Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme (kortweg BART) verwoordt het beleid van de Provincie Flevoland voor de sector recreatie en toerisme voor een periode van 5 tot 10 jaar. Tevens presenteert het BART een globaal, op de korte- én middellangetermijn Actieprogramma van de Provincie Flevoland. Op basis van het BART zal jaarlijks een uitvoeringsplan worden gemaakt. Vele partijen zijn bij de opstelling van dit BART intensief betrokken geweest.

Tot 2006 is het Europees programma voor Flevoland (EPD 2000-2006) een belangrijk 'instrument' voor de uitvoering. Voorzover dit programma onvoldoende mogelijkheden biedt, zijn er aanvullend (bescheiden) mogelijkheden vanuit de reguliere provinciale begroting. Integratie en synergie met andere beleidsvelden (ruimtelijke ordening, milieu, verkeer, enz.) zijn een belangrijk oogmerk van het BART. Het reserveren van ruimte voor ontwikkeling van recreatie en toerisme is eveneens een van de doeleinden. Ook gaat het om het versterken van de kwaliteit en de 'belevingswaarde' van Flevoland en de verschillende deelgebieden.

De ontwikkeling van recreatie en toerisme is niet alleen noodzakelijk om de groeiende bevolking van Flevoland te voorzien van recreatiemogelijkheden, maar ook om de werkgelegenheid te versterken. Het BART gaat (voorlopig) uit van een groei-doelstelling van 5% per jaar. Om dit te bereiken is versterking van de basiscondities voor ontwikkeling een belangrijk onderdeel van de aanpak. Verder is de aanpak gericht op versterking van samenhang en samenwerking. Samenhang is nodig voor een herkenbaar recreatief-toeristisch product dat past binnen een gezamenlijk marketingmodel. Samenwerking is nodig omdat dit het resultaat versterkt van de activiteiten van bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme betrokken partijen. Flevoland stelt overigens zijn grenzen open en maakt ontwikkelingsgerichte afspraken met aangrenzende regio's en landelijke organisaties.

Belangrijke onderdelen van het uitvoeringsprogramma zijn de versterking van de recreatieve routestructuren en de ontwikkeling van een vernieuwend en sterker recreatief-toeristisch product dat past in een gezamenlijke marketingstrategie. Daarbij is de versterking van het gebiedseigene een leidend principe. De omvorming van het Flevolands Bureau voor Toerisme van een promotie- naar een marketingorganisatie is een onderdeel van het versterken van het bijbehorende organisatiemodel. Communicatie en de uitwisseling van kennis en ervaring staan daarbij centraal. Om deze en andere voornemens tot uitvoering te brengen zullen de komende jaren met de verschillende partijen uitvoeringsgericht overleg nodig zijn en het maken van bindende afspraken.

1 Inleiding en doel

1.1 AANLEIDING, TIJDSHORIZON, DOEL EN BETEKENIS IN HET PROVINCIAAL BELEID

1.1.1 AANLEIDING EN TIJDSHORIZON

De sector Recreatie en Toerisme wordt – ook internationaal – steeds belangrijker door de toename van het besteedbaar inkomen en de actief doorgebrachte vrije tijd. Vrije tijd krijgt steeds meer aandacht bij de inrichting van een aantrekkelijke woon- en leefomgeving. De sector recreatie en toerisme groeit. De groei van de reisindustrie en de vrijetijdsector levert een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid. Gemiddeld geeft een Nederlander een kwart van zijn inkomen uit aan vrijetijdsbestedingen. De ondernemers in recreatie en toerisme spelen hierop in door de consument ruime keuzemogelijkheden te bieden.

Flevoland groeit snel. De bevolkingstoename leidt tot meer behoefte aan voorzieningen en aan ruimte voor recreatie en toerisme. De vraag is welke recreatief-toeristische voorzieningen gewenst zijn, hoeveel ruimte daarvoor nodig is en waar die te vinden is. Om bij de consument op te vallen moeten bedrijven in toenemende mate marketinginspanningen leveren, steeds vaker concepten aanpassen en beleving van het product centraal stellen.

Er zijn voor deze nota twee invalshoeken gekozen:

- (1) Vrijetijdsvoorzieningen voor de eigen bevolking;
- (2) Toeristische voorzieningen voor mensen van buiten Flevoland.

Tussen deze twee invalshoeken is een relatie: in de behoefte aan voorzieningen voor de eigen bevolking kan voor een deel worden voorzien vanuit de toeristische bedrijven en voorzieningen. Omgekeerd kunnen recreatieve voorzieningen voor de eigen bevolking in bepaalde gevallen zo opgezet en ingevuld worden dat ze ook aantrekkelijk worden voor toeristen van buiten Flevoland en dus op die wijze bijdragen aan het toeristische product van Flevoland. Aandachtspunt is voortdurend de vraag welke voorzieningen gekoppeld kunnen worden en waar synergiemogelijkheden zijn.

Het bestaande Flevolandse beleid ten aanzien van recreatie en toerisme is op hoofdlijnen vastgelegd in het Omgevingsplan Flevoland en het Regionaal Economisch Ontwikkelingsplan Flevoland 2000-2005 (REOF). Als sectoraal plan voor recreatie en toerisme is het BART de opvolger van het Toeristisch-Recreatief OntwikkelingsPlan Flevoland (TROP, 1994).

De Provincie Flevoland wil met het BART de in die drie beleidsdocumenten genoemde beleidsdoelstellingen concretiseren en aanvullen en een operationeel kader aanbieden teneinde een aanzet te maken voor een (verdere) vertaling naar de uitvoeringspraktijk. Hiertoe heeft een nadere analyse en herijking plaatsgevonden van de sector recreatie en toerisme en heeft overleg plaatsgevonden met partners binnen overheid, maatschappelijke organisaties en bedrijfsleven, afgestemd op het overige provinciale beleid.

Beleidsmatig zijn er de afgelopen jaren nieuwe inzichten, opvattingen en randvoorwaarden naar voren gekomen die aanleiding gaven tot herziening van het TROP van 1994:

- het Omgevingsplan Flevoland
- het Regionaal- Economisch Ontwikkelingsplan Flevoland 2000-2005
- overige relevante beleidsnota's en rapportages (ruimtelijke aspecten van recreatie en toerisme, plattelandstoerisme, milieuaspecten van recreatie en toerisme, enz.).

Ook nationaal en internationaal komen er veranderingen op Flevoland af. Recreatieondernemers integreren steeds vaker het begrip 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' in hun bedrijfsvoering. Zij doen dit onder andere door duurzaam te bouwen, natuurspeelbossen aan te leggen en middels milieu-investeringen. Daarnaast blijven ze inspelen op een groeiende maatschappelijke vraag naar

rust, ruimte en groen. Voor veel bedrijven in de recreatiebranche zijn dit altijd al belangrijke verkoopargumenten geweest. Reden waarom veel recreatieondernemers uit zichzelf al fors geïnvesteerd hebben in de aanleg en het beheer van groenvoorzieningen. Toch is voor het extensiever en groener opzetten van recreatiebedrijven de komende jaren nog meer ruimte nodig. Recreatieondernemers kunnen met extra ruimte niet alleen een herstructurering en economische verbetering van hun bedrijf realiseren. Ze kunnen tevens aan kwaliteitsverbetering doen. Voor een aantal bestaande bedrijven is meer ruimte zelfs onontbeerlijk om toekomstperspectief te houden. Ook de overheid heeft in de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening ingezet op extra ruimte voor de recreatie.

Actueel is verder de vraag op welke wijze omgegaan moet worden met de gevolgen van de *Vogelrichtlijn* (Europese wetgeving) op de ontwikkelingsmogelijkheden van Flevoland. Het aspect veiligheid heeft hernieuwde aandacht gekregen als gevolg van de aanslagen van 11 september 2001 in de VS en de vuurwerkramp van Enschede en de cafébrand te Volendam in 2000. Een voorbeeld van veranderingen vanuit de rijksoverheid is eveneens het convenant van IPO en de VNG met het Ministerie Economische Zaken waarin ook onder andere meer op verdere versterking van de structuur van de toeristische sector gemikt wordt.

Er is ook een politieke aanleiding: door het college van Gedeputeerde Staten is aan Provinciale Staten de toezegging gedaan dat een Beleids- en Actieplan op het gebied van recreatie en toerisme zou worden opgesteld. De wijze van totstandkoming van het plan is eerder voorgelegd aan Provinciale Staten in de 'Startnotitie' (uitgangspunten en beoogde hoofdlijnen). Gedurende het achterliggende totstandbrengingsproces zijn deelproducten eveneens regelmatig aan Provinciale Staten voorgelegd (de 'Nota Verkenningen' en het 'Concept strategische doelstellingen en Actieprogramma').

De nota heeft betrekking op de ontwikkeling van deze sector in Flevoland (landelijk en stedelijk gebied). De relaties met andere sectoren komen daarbij aan de orde. De nota houdt zich overigens niet met alle zaken bezig die de vrije tijd van de eigen Flevolandse bevolking raken. Lokale welzijnsvoorzieningen, lokale sportfaciliteiten (zwembaden) en lokale culturele voorzieningen komen niet aan de orde. Voorzieningen die een landelijke of internationale recreatief-toeristische betekenis en een belangrijke toegevoegde economische waarde (bijvoorbeeld een cultureel toeristisch arrangement) hebben, worden daarentegen wél meegenomen. Ook de behoefte aan publieke groene ruimte in de stedelijke omgeving van de stad vormt een aandachtspunt in deze nota.

Het *Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme* ('BART') is een sectorale nota voor het provinciale beleid en de provinciale activiteiten op het gebied van recreatie en toerisme. Recreatie en toerisme heeft echter raakvlakken met vele andere beleidsterreinen: ruimtelijke ordening, economische en sociaal-culturele zaken, verkeer en vervoer, milieu, enz. De opzet is daarom integraal en er is wisselwerking met de verschillende beleidsterreinen.

Het BART draagt daarmee bouwstenen aan voor de uitwerking van het Omgevingsplan voor het onderdeel Recreatie en Toerisme. Voor de uitwerking van het Omgevingsplan zelf wordt een afzonderlijk traject gevolgd. Deze kan mogelijk leiden tot een aanpassing van het plan zelf. Het BART zal tevens mede richting geven aan de uitvoering van het Europese programma, het EPD 2000-2006. Ook is het BART een operationalisering binnen c.q. nadere invulling van het Regionaal Economisch Ontwikkelingsplan Flevoland 2000-2005 (REOF).

Het deel van het BART dat betrekking heeft op het Actieplan is voor de korte- en middellangetermijn (tot 2006 à 2010). Verder draagt het BART bouwstenen aan voor planning op de lange termijn (tot 2030).

1.1.2 DOEL EN BETEKENIS IN HET PROVINCIAAL BELEID

De bedoeling c.q. doelstelling van het BART laat zich afleiden van de centrale doelstelling in het beleid van de Provincie Flevoland in het algemeen en vanuit de hoofddoelstelling in dat beleid van deze provincie op recreatief-toeristisch gebied in het bijzonder.

In het Provinciaal Omgevingsplan 2000 is de volgende centrale doelstelling vastgelegd:

Centrale doelstelling Provincie Flevoland

In het provinciaal beleid staat een goede kwaliteit van de samenleving centraal. De centrale doelstelling van dit beleid is daarom een zodanige groei van verbindingen, werkgelegenheid en voorzieningen, dat deze in evenwicht zijn met de groei van het aantal inwoners.

Uit bovengenoemde centrale doelstelling vloeit de hoofddoelstelling voor het recreatief-toeristisch beleid voort. Deze hoofddoelstelling voor recreatie en toerisme in de Provincie Flevoland luidt:

Hoofddoelstelling recreatief-toeristisch beleid

De ontwikkeling en instandhouding van een vitale, sterke en duurzame sector recreatie en toerisme en een recreatief-toeristische infrastructuur die evenwichtig meegroeien met de omvang van de bevolking, tegemoet komen aan de recreatieve wensen van de inwoners van Flevoland en die aantrekkingskracht hebben op de toeristische markt.

Op basis van de bovengenoemde hoofddoelstelling voor het toeristisch-recreatief beleid wordt hier voor het BART de volgende doelstelling geformuleerd:

Doelstelling BART

De doelstelling van het BART is het bevorderen van een recreatief-toeristisch product dat:

- voldoet aan de marktvraag
- gebruik maakt van de beeldbepalende karakteristieken van het gebied
- goed bereikbaar is, zo mogelijk met openbaar vervoer
- op een verantwoorde manier is ingepast in het natuurlijk milieu
- dat een bijdrage levert aan de werkgelegenheid met een groei van gemiddeld 5% per jaar (zie ook 2.3.3 'Economische betekenis van recreatie en toerisme' en 3.2 'Beoogde rol van recreatie en toerisme in Flevoland')

Om bovengenoemde doelstelling van het BART te bereiken is een vijftal strategieën ontworpen. In hoofdstuk 4 wordt nader ingegaan op de keuze van deze strategieën en de inhoud ervan. De strategieën van het BART zijn:

Strategieën BART

1. Verbetering van het product, onder meer door innovatie.
2. Promotie en imagoverbetering geïntegreerd in de gebiedsmarketing.
3. Versterken van de synergie tussen recreatie en toerisme en andere maatschappelijke sectoren.
4. Versterken van het samenwerkend en organiserend vermogen van de sector.
5. Versterken van de basiscondities waaronder het product aangeboden wordt.

In hoofdstuk 5 worden deze strategieën uitgewerkt in een Actieprogramma.

Ter inleiding en onderbouwing daarvan wordt in hoofdstuk 2 de huidige situatie met betrekking tot de ontwikkeling van recreatie en toerisme beschreven.

In hoofdstuk 3 wordt aangegeven welke ontwikkelingen op het gebied van recreatie en toerisme in Flevoland op korte- en middellangetermijn zijn te verwachten en welke ontwikkelingen de Provincie Flevoland kan en wil stimuleren.

In hoofdstuk 4 wordt behalve op de strategieën ingegaan op de randvoorwaarden en basiscondities.

Concreet wil de Provincie Flevoland met het BART tevens:

- aangeven welke elementen binnen de ontwikkeling van de sector recreatie en toerisme voor de provincie van bijzonder belang worden geacht;
- inzicht verschaffen in de kansen en bedreigingen welke zich in de sector recreatie en toerisme zullen voordoen, alsmede in de sterke en zwakke aspecten van deze sector;
- aangeven op welke wijze de provincie een duurzame en concurrerende sector recreatie en toerisme zou kunnen stimuleren en wat daarvoor het gewenste instrumentarium is;

- inzicht verschaffen in de rol die de verschillende betrokken instanties spelen en de gewenste samenwerking.

1.2 ROL VAN DE PROVINCIE

In deze nota wordt aandacht besteed aan de belangrijkste randvoorwaarden voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme. De Provincie Flevoland ziet daarbij voor zichzelf een belangrijke rol en wil daaraan concreet invulling geven. Deze rol is in de meeste gevallen aanvullend op de rol van andere partijen en organisaties en kan daarvoor niet in de plaats komen. Waar het gaat om het scheppen van toeristische capaciteit en arbeidsplaatsen is het de marktsector die een eerste verantwoordelijkheid heeft. De provincie wil voorwaarden scheppen, private partijen hun werk laten doen binnen door de overheid gestelde grenzen en waar nuttig en nodig een regisserende en stimulerende rol vervullen.

De provincie richt zich met name op het scheppen van voorwaarden die de gewenste investeringen mogelijk maken. Het gaat daarbij om tal van zaken. Zo is het verbeteren van het provinciale stelsel van wegen en vaarwegen een belangrijk onderdeel. Ook wordt nagegaan of en op welke wijze de beschikbare ruimte voor recreatie en toerisme, zoals vastgelegd in het Omgevingsplan, voldoende tegemoet komt aan de te stellen ambities. Daarmee wordt input gegeven aan de ruimtelijke uitwerking van recreatie en toerisme die in relatie tot het Omgevingsplan en na het vaststellen van deze nota wordt opgesteld.

Behalve dat het beleid met betrekking tot recreatie en toerisme mede wordt afgestemd op de overige beleidsterreinen, wil de provincie andersom ook de overige beleidsterreinen mede afstemmen op de ambities met betrekking tot recreatie en toerisme zoals deze zijn geformuleerd in dit plan. De Provincie Flevoland zal niet alleen het rijksbeleid vertalen in het provinciale beleid, maar omgekeerd ook de belangen van het eigen gebied onder de aandacht brengen van de verschillende relevante ministeries.

Een belangrijke taak die de provincie voor zichzelf ziet, is de belangen die het gemeentelijk belang overstijgen, zoveel mogelijk te bundelen.

Tenslotte zal de provincie belangrijke voorwaardenscheppende investeringen – ook al kunnen deze niet in de plaats komen van investeringen door de marktsector – daadwerkelijk stimuleren door gebruik te maken van de eigen fondsen, fondsen van het rijk en Europese fondsen. Daarbij behoort niet alleen het positief inspelen op de initiatieven van derden, maar ook het nemen van eigen initiatieven om het proces van vernieuwing en ontwikkeling op gang te helpen en gaande te houden.

1.3 TOTSTANDKOMING VAN BART

Voor de uitvoering van het beleid is een breed draagvlak van alle direct betrokkenen belangrijk. De kansen voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme moeten worden aangegrepen, niet alleen door de bedrijven, maar ook door gemeenten, landschapsbeheerders (Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Flevolandschap), brancheorganisaties, Kamer van Koophandel en overige maatschappelijke organisaties. Een belangrijke voorwaarde voor een succesvolle organisatie is een goede communicatie. Aan de communicatie is bij de totstandkoming van het BART van meet af aan veel aandacht besteed. Het plan is tot stand gekomen in nauwe samenspraak en samenwerking met de sector.

Beleid en marktwerking zijn nauw met elkaar verbonden. Ook in de komende jaren is de ontwikkeling van recreatie en toerisme afhankelijk van initiatieven uit de sector. Beleid geeft de kansen en randvoorwaarden aan voor deze ontwikkelingen. Voor een positief synergie-effect is het van belang dat een nota over de ontwikkeling van recreatie en toerisme samen met en mede door de sector en andere betrokken partijen tot stand komt. Eerder is in het Omgevingsplan al aangegeven dat de provincie de Flevolandse ontwikkeling van recreatie en toerisme blijft ondersteunen door een stimulerende en voorwaardenscheppende rol te vervullen en daarbij andere overheden en partners te betrekken. Daarom is tezamen met hen eveneens een interactief proces doorlopen.

In die interactieve aanpak is in diverse stadia van planvorming naar buiten getreden teneinde externe input te verkrijgen en beïnvloeding door de buitenwereld c.q. belanghebbende partijen mogelijk te maken. Intern is binnen de provincie een werkwijze gevolgd waarbij integrale beleidsontwikkeling en inbreng vanuit alle relevante expertises en beleidsvelden werd gewaarborgd (economisch, sociaal, ruimtelijk, milieu, infrastructuur).

Ter facilitering van dit interactieve proces zijn verschillende deelproducten verschenen die gevolgd zijn door vervolgacties. Begonnen is met een 'Startnotitie'. Deze is gevolgd door een uitwerking van de probleemanalyse, een werkverdeling, interviews met deskundigen.

Vervolgens is gezamenlijk opgezet de 'Monitor Recreatie en Toerisme' (aftrap op 13-11-'00) met RECRON, Hiswa, Koninklijke Horeca Nederland, Kamer van Koophandel, Flevolands Bureau voor Toerisme en de gemeenten Almere, Dronten, Lelystad, Noordoostpolder, Urk en Zeewolde. Hiermee kunnen ontwikkelingsvarianten en –scenario's worden doorgerekend op hun economische effecten.

Er is een 'Ronde Tafel' (14-12-'00) georganiseerd ter verdieping van kennis en inzicht. De resultaten zijn opgenomen als bijlage bij de eerder verschenen 'Nota Verkenningen BART'.

Na de opstelling van de 'Nota Verkenningen' is deze ingebracht in het 'Werkatelier BART' (22-6-'01), waarin ontwikkelingsscenario's en investeringsopties zijn bediscussieerd in 'interdisciplinair' samengestelde werkgroepen.

Vervolgens zijn samen met het Flevolands Bureau voor Toerisme een 2-tal 'Expertmeetings' georganiseerd rond het onderwerp 'Imago, identiteit en gebiedspromotie' (21-6-'01 en 18-9-'01), gevolgd door een advies door ZKA Planners en Consultants. De resultaten daarvan zijn opgenomen als bijlage in de 'Concept strategische doelstellingen en Actieprogramma', dat begin 2002 naar alle betrokkenen is gezonden voor reactie (bijna 400 adressen in Flevoland: bedrijfsleven, belangenvertegenwoordigers, organisaties en overheid).

Tenslotte is onderzoek gedaan naar de ontwikkelingsruimte voor recreatie en toerisme (Bureau BUITEN). De resultaten daarvan zijn besproken in een 'Expertmeeting' op 25 januari 2002. Het eindresultaat is gepubliceerd, openbaar gemaakt en toegestuurd aan de bij het BART betrokken organisaties in een eindrapport van juni 2002.

1.4 VERVOLG

Na vaststelling door Provinciale Staten volgt een periode van communiceren en overleggen. Om te beginnen zal het beleidsdocument breed worden verspreid teneinde het beleidsveld goed te informeren over de te volgen koers met als doel medewerking en draagvlak te verkrijgen. De nota zal worden toegezonden aan:

- overheden, waterschap, beheerders van natuurgebieden;
- intermediaire organisaties FBT, TRN, ANVV, ANWB, Kamer van Koophandel, Stichting Waterrecreatie IJsselmeer en Randmeren, Stichting Gastvrije Randmeren etc.;
- belangenorganisaties zoals de koepels HISWA, RECRON, Koninklijke Horeca Nederland, VNO-NCW, MKB Nederland.

Daarna zal de provincie, na vaststelling van het BART, bovengenoemde partijen periodiek en regelmatig eigenstandig en ook op verzoek consulteren over het BART, over de uitvoering en over de voortgang. De sector, belanghebbenden en betrokkenen, zullen worden uitgedaagd te participeren in de uitvoering en financiering van het Actieplan, bijvoorbeeld door hiervoor regelmatig bijeenkomsten te organiseren of een nieuwsbrief uit te brengen. Er zullen afspraken worden gemaakt over ieders rol en er zullen verplichtingen worden aangegaan ten aanzien van de uitvoering van het Actieprogramma.

Rond de in BART genoemde thema's zullen workshops worden georganiseerd met als doel feedback vanuit de sector te krijgen, de kennisuitwisseling te verbeteren en het draagvlak te verbreden. Jaarlijks zal het Jaarplan met een bijbehorende voortgangsrapportage worden uitgebracht. Ook zal worden voortgegaan met het organiseren van Masterclasses rond speciale thema's. De ervaring leert dat deze bijeenkomsten sterk bijdragen aan de ideeontwikkeling rond toerisme en

recreatie. Ook bieden ze een goede gelegenheid tot netwerken en deskundigheidsbevordering binnen de sector. Zie ook hoofdstuk 6 (onder 6.2 'Organisatiestructuur').

2 Schets van recreatie en toerisme in Flevoland

2.1 HET TOENEMEND BELANG VAN RECREATIE EN TOERISME IN HET ALGEMEEN

De sector recreatie en toerisme ontwikkelt zich in hoog tempo. Internationaal zijn deelname en bestedingen aan vakanties enorm gegroeid. Mondiaal is de vakantiemarkt de afgelopen 5 jaar met gemiddeld 4,5% per jaar gegroeid, Europees is dit 4,0%. Nederland (als bestemming) lijkt iets achter te blijven. In de jaren negentig groeide de werkgelegenheid in de sector recreatie en toerisme als geheel in Nederland met gemiddeld 2,9% per jaar.

Voor recreatie en toerisme is in Nederland meer ruimte nodig. In de periode 1979-1993 is in Nederland de oppervlakte in gebruik ten behoeve van recreatie en toerisme toegenomen van 1,9% naar 2,5%. De norm van het onderzoeksinstituut *Staringcentrum-DLO* voor de groene recreatieruimte per huishouden is 500 m². Op grond hiervan heeft de Rijksplanologische Dienst (RPD) berekend dat tot het jaar 2030 in Nederland een toename gewenst is van tussen de 18.000 en 25.000 ha voor intensievere vormen van dag- en verblijfsrecreatie. De totale ruimteclaim op de lange termijn voor recreatie en toerisme komt volgens de RPD op rond de 140.000 ha. Het ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV) gaat uit van 150.000 ha en de *RECRON* zelfs van 175.000 ha.

Er is een schaarstevraagstuk, want behalve de sector recreatie en toerisme vragen ook de functies wonen, werken, natuur, infrastructuur en water meer ruimte. Er moet dus een zorgvuldige afweging gemaakt worden bij de verdeling van de ruimte en creatief worden gezocht naar combinatiemogelijkheden.

Deze ontwikkelingen worden in het rapport over de vrijetijdsindustrie door de *Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid (WRR)* als volgt samengevat:

- een toenemende integratie van stedelijke en landelijke voorzieningen in de 'verruimende actieradius van de vrijetijdsbesteding';
- een verdichting van voorzieningen in het centrum van de stad;
- een verstrooiing van stedelijke voorzieningen naar de stadsgewestelijke rand toe;
- een verdichting én verspreiding van zowel dag- als verblijfsrecreatieve voorzieningen in het buitengebied, in lijn met een van oudsher bestaande 'recreatieve rangorde, aansluitend op het Nederlandse stedensysteem'.

Zonder hierover een oordeel uit te spreken kan gesteld worden dat ook in Flevoland dergelijke ontwikkelingen herkenbaar zijn. Duidelijk is in ieder geval dat per saldo de vraag naar ruimte toeneemt.

2.2 ONTWIKKELING VAN RECREATIE EN TOERISME IN FLEVOLAND

2.2.1 ALGEMEEN

De (ruimtelijke) recreatieontwikkelingsmogelijkheden in Flevoland zijn de afgelopen decennia niet geheel ingevuld. De oorzaken zijn vermoedelijk:

- Het imago van Flevoland dat zwak ontwikkeld is in vergelijking met andere provincies en streken in Nederland (beeldvorming en regiomarketing).
- De ontwikkeling van de koopkrachtige vraag in de steden Lelystad en Almere die achter blijft op de vraag in andere steden met gelijke grootte (achterblijvende thuismarkt).
- Concurrentie met andere ruimtelijke functies.

Aantrekkelijkheid en voorzieningen

Recreatiebedrijven en -vestigingen stoelen hun marketing op herkenbare gebieden. Flevoland was aanvankelijk vooral agrarisch ingericht met weinig aantrekkelijkheid en belevingswaarde. Al wordt het

geleidelijk beter, de aantrekkelijkheid van Flevoland heeft tot dusverre niet of nauwelijks geleid tot een recreatief imago. De beperkte beeldvorming in het verleden werkt door en er is nog onvoldoende regiomarketing. Weliswaar konden met het eerste Europees programma (EPD 1994-1999) de productmarktprojecten *Plattelandstoerisme*, *Cultuurtoerisme* en *De Gouden Cirkel* gerealiseerd worden, maar deze zijn nog te kleinschalig. Al wordt Flevoland interessanter, de echte doorbraak moet nog komen.

In de *Noordoostpolder* hebben de bossen (met name Kuinderbos en Voorsterbos) zich attractief ontwikkeld. Het voor Flevolandse begrippen kleinschalige landschap, de rode daken en de vaak prachtige tuinen van de boerderijen, het uitzicht op het grote water vanaf de dijken, de dorpen, het museumeiland Schokland (werelderfgoed Unesco) en de historische woonkern Urk geven met elkaar aan het gebied een zekere basiskwaliteit. Dienstverlenende bedrijven en evenementen zoals kampeerterreinen, minicampings, *bed-and-breakfast*, jachthavens, Orchideeënhoeve, bloembollenroute enz. vullen deze basiskwaliteit aan tot een redelijk interessant pakket. Er zijn steeds meer initiatieven om iets toe te voegen aan het recreatief-toeristisch aanbod en ook de samenwerking neemt geleidelijk toe.

In *Oostelijk Flevoland* zijn van oudsher de Randmeren de belangrijkste aanleiding voor recreatie en toerisme. Bij de eerste inrichting van de polder vestigden zich recreatiebedrijven in de attractieve rand langs het water, die ontstond door de aanleg van de stranden: kampeerbedrijven, jachthavens, strandpaviljoens, horeca en dagrecreatie. De aanleg van bos- en natuurgebied op royale schaal langs het water zorgde voor een succesvol recreatiegebied. Het grootste attractiepark van Flevoland en de wijde omgeving ligt dan ook langs de randmeren. Ook buiten de randmeren was er ontwikkeling: grotere jachthavens langs de IJsselmeerkust, recreatiewoningencomplexen in het Larserbos. Verder kwamen er groene zones, zoals tussen Lelystad en Dronten en tal van landschapselementen, zoals visplaatsen op punten waar wegen en waterwegen elkaar kruisen, die zich inmiddels hebben ontwikkeld tot prachtige bosrijke plekjes en de attractiewaarde van het hele gebied verhogen. Het Natuurpark Lelystad (locatiekeuze bij de stad), de Lelystad Business Airport en het waterfront van Lelystad (museumkwartier, Factory Outlet Village, passantenhaven) maken het gebied snel aantrekkelijker.

In *Zuidelijk Flevoland* is van meet af aan gekozen voor grote gebiedsdelen met elk een verschillende functie: agrarisch, stedelijk, natuur, recreatie. Ook hier is geprofiteerd van de aanwezigheid van randmeren en stranden. De gekozen slagenontsluiting van de stranden (Almeerderstrand, Laaksestrand, Erkemederstrand) zorgde voor een aantrekkelijke zonering van meer recreatief tot meer natuurlijk. Er zijn veel (multifunctionele) bossen (Horsterwold, Hulkesteinse Bos, Almeerderhout, Pampushout). In Zeewolde is al in de aanvangsfase veel geïnvesteerd in aantrekkelijkheid van het landschap, ontsluiting voor fietsen en wandelen, watersport, kampeerterreinen in grote verscheidenheid, een aantrekkelijke locatie van de kern aan het water, enz. In het Hulkesteinse Bos ligt het grootste verhuurbungalow bedrijf van Flevoland. De *Oostvaardersplassen* hebben een internationale reputatie als ornithologisch waardevol natuurgebied.

De betekenis van recreatie en toerisme ('leisure') binnen het stedelijk gebied

Recreatie en toerisme leveren een steeds belangrijker bijdrage aan de kwaliteit, de dynamiek en de leefbaarheid van de stad. Bovendien wordt bijgedragen aan de herkenbaarheid en identiteit van de stad. Door zich te richten op de toeristische markt wordt bijgedragen aan het stedelijke voorzieningenniveau. Hiervan zijn inmiddels voorbeelden te vinden in Almere en Lelystad. De stedelijke kern Almere wordt geleidelijk attractiever: shopping en restaurants, goed ingerichte en onderhouden stranden, architectuur, een toenemend aanbod van cultuur en kunst, parken en water in en rond de stad (*Weerwater*). Er zijn veel mogelijkheden voor wandelen, fietsen, paardrijden en skaten. De verblijfsaccommodatie bestaat uit enkele kampeerterreinen en een hotel.

Rentabiliteit van bedrijven en bedrijfsontwikkelingen

Consumptiepatronen zijn continu aan veranderingen onderhevig. Om het marktaandeel te behouden en te vergroten zijn steeds weer aanpassingen en vernieuwingen nodig. In Flevoland zijn veel recreatiebedrijven weliswaar royaal opgezet, maar om de markt te kunnen blijven volgen zijn steeds nieuwe investeringen in innovatie en kwaliteitsverbetering nodig. Vooral de kleinere bedrijven hebben baat bij een beter gebiedsimago én vergroting en bekendheid van de omgevingskwaliteit in Flevoland. Bedrijven moeten voortdurend hun productformule afstemmen op de vraag om de bestedingen op peil te houden. Soms zijn ingrijpende veranderingen en forse investeringen nodig. Illustratief voor dat proces is de opeenvolging van de Flevohof via Walibi Flevo naar Six Flags Holland.

Ontwikkelingen in de arbeidsmarkt

De sector recreatie en toerisme biedt verhoudingsgewijs veel werk aan lager geschoolde arbeid (schoonmaak, bediening) en sluit daarom goed aan bij het gemiddelde profiel van de Flevolandse arbeidsmarkt.

Milieuaspecten van recreatie en toerisme

Recreatie en toerisme is in principe een schone, gezonde en veilige sector, die over het algemeen goed harmonieert met de kwaliteit van landschap, natuur en milieu en een belangrijke bijdrage levert aan de beleving van de omgevingskwaliteit. Weliswaar zijn negatieve effecten voor het milieu denkbaar en in sommige gevallen ook feitelijk aan de orde, zoals bijvoorbeeld lawaaiproducerende sporten, maar een ruimtelijke zonerings kan bijdragen aan de milieukwaliteit. Ook door een voorwaardenscheppend beleid is een positief milieueffect mogelijk.

2.2.2 NADERE BESCHRIJVING VAN DE 'DRAGERS' VAN DE SECTOR RECREATIE EN TOERISME

Teneinde de ontwikkelingen van de sector recreatie en toerisme in Flevoland 'in beeld' te kunnen brengen worden de belangrijkste onderdelen ervan nader onder de loep genomen. Achtereenvolgens worden onderscheiden: dagrecreatie, verblijfsrecreatie, waterrecreatie, evenementen, natuurattracties, routes en verbindingen en 'capita selecta'. Weliswaar wordt met deze indeling niet een volledig beeld gegeven, maar zijn er voldoende aangrijpingspunten om de doelstellingen te kunnen concretiseren en te vertalen in een Actieprogramma.

2.2.2.1 DAGRECREATIE

Inleiding

Bij dagrecreatie moet gedacht worden aan het doorbrengen van de vrije tijd buitenshuis (zonder overnachtingen). Voorbeelden: fietsen en wandelen in de woonomgeving, bezoek aan een attractiepark.

Dagrecreatie is in Flevoland nog (te) weinig ontwikkeld. Kenmerkend is dat onvoldoende een 'bindmiddel' aanwezig is. Attracties, die stuk voor stuk overigens vaak zeer de moeite waard zijn, staan los van elkaar. Dat het landelijk gebied vanuit recreatief-toeristisch gezichtspunt (te) weinig samenhang heeft, vindt zijn oorzaak in onder andere de afwezigheid van voldoende aanbod. Het landelijk gebied is vooral agrarisch (verkaveling, ontwateringsystemen). Daarbij komt dat de vraag naar recreatie zich pas op de langere termijn ontwikkelt (groei van de bevolking). Mede omdat de 'recreatiedruk' zich pas op de langere termijn doet voelen, was er vanuit de lokale politiek tot voor kort dan ook slechts een beperkte belangstelling voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme. In het onderstaande wordt een aantal dagrecreatiecategorieën kort behandeld.

Stranden

Weliswaar hadden de stranden van Flevoland lange tijd een enorme aantrekkingskracht en werd er door miljoenen bezoekers gebruik van gemaakt, maar die situatie is (sterk) gewijzigd. Hoewel de initiële inrichting goed was – ontsluiting, parkeervoorzieningen en sanitair – is in de periode daarna het beheer achtergebleven en werd er onvoldoende geïnvesteerd in de handhaving en verbetering van de kwaliteit. De aangrenzende verblijfsrecreatiebedrijven hebben in een aantal gevallen een deel van de stranden in de exploitatie genomen. De exploitatieresultaten vielen echter niet mee en de kwaliteit van de stranden bleef dan ook achter. Op een aantal plaatselijke uitzonderingen na is dit tot op de dag van vandaag nog het geval. De stranden van Almere vormen zo'n uitzondering, omdat deze gemeente het beheer en toezicht aan zich getrokken heeft en er op creatieve wijze mee omgaat, o.a. door evenementen (Sand Sculpture Festival, Libelle Week, enz.).

Bossen

In de bossen is aanvankelijk een behoorlijk net van fietspaden gecreëerd, zowel in de randmeerzone als ook rond de stedelijke gebieden, maar (helaas) voornamelijk slechts half verhard (schelpen), een techniek die elders nog steeds prachtige fietsroutes oplevert, maar alleen als deze intensief gebruikt en onderhouden worden (gaten, slijtage en schade door wortelgroei moeten jaarlijks hersteld worden). Een neerwaartse spiraal vertoonde zich al snel. Een groot probleem is ook vaak de slechte bereikbaarheid vanuit de woongebieden. Herkenbare routes en kwalitatief goede paden ontbreken. In de grote bosgebieden hebben de landschapsbeheerders (m.n. Staatsbosbeheer) een deel van de recreatieve fietspaden hersteld en uitgevoerd in duurzame (beton)verharding, maar een deel van het recreatieve fietspadennet is daarbij verloren gegaan en verbindende schakels ontbreken. Zie ook 3.4.5.

Natuur

Door het natuurbeleid neemt het multifunctionele karakter van een aantal bossen af. Uitbreidingen en nieuwe vestigingen worden moeilijker. Ook dreigen bestaande recreatievoorzieningen, zoals fiets- en wandelpaden, verloren te gaan door vernatting van bosgebieden. Hoewel verrijking van de natuur recreatief-toeristisch interessant kan zijn, werkt dit voordeel alleen als bij elk natuurontwikkelingsproject tegelijkertijd ook voldoende middelen ter beschikking komen voor het herstellen en verbeteren van de toegankelijkheid en de belevingswaarde. Voorzieningen zijn in natte omstandigheden kostbaarder en beheergevoeliger worden dan normaal. Positief is dat de Oostvaardersplassen van meet af aan veel belangstelling heeft gehad van vogelliefhebbers. Er waren vanaf het begin observatiemogelijkheden met telescopen en kijkers vanaf Oostvaardersdijk en Knardijk. Ook kwamen er excursies en huifkartochten.

Agrarisch gebied

De mogelijkheden voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme in het agrarisch gebied zijn beperkt. Het gebied is te open (wind en regen) en het water dat de randen zo interessant maakt ontbreekt. Voor fietsen en wandelen is er te weinig afwisseling en belevingswaarde. Ook zijn de afstanden (te) groot. Samenhangende projecten, zoals de bollenroute of een netwerk van bed-and-breakfast-adressen en minicampings, zijn haalbaar, mits voorzien wordt in gezamenlijke marketing en promotie. Dit wordt door initiatiefnemers vaak zwaar onderschat en vraagt meer inspanning dan in traditionele agrarische gebieden.

Stedelijke voorzieningen

De ontwikkeling van dagrecreatieve voorzieningen in het stedelijk gebied krijgt meer aandacht: de ontwikkeling van Bataviastad en omgeving en het kasteel Almere illustreren dit. Ook het aantrekkelijker maken van binnensteden als verblijfsgebied (shopping en horeca) draagt bij aan de dagrecreatie.

Recreatie rond de steden

De toegankelijkheid per fiets vanuit het stedelijk gebied is veelal onvoldoende (ook wat betreft comfort en veiligheid). Het Natuurpark Lelystad (inclusief de 'Prehistorische nederzetting') ontwikkelt zich bijvoorbeeld tot een recreatief gebied van regionale betekenis, maar is vrijwel uitsluitend bereikbaar per auto. Fietsverbindingen vanuit het nabijgelegen woongebieden zijn slecht of ontbreken. Uit onderzoek blijkt¹ het belang dat gehecht wordt aan recreatiemogelijkheden in de directe woonomgeving. Bijna de helft van de vrijetijdsactiviteiten buitenshuis die de ondervraagden spontaan noemden, speelt zich in de nabijheid van de eigen woning af. De voornaamste reden daarvan is de snelle bereikbaarheid. Als men even de druk van het werk wil ontvluchten of nieuwe energie wil opdoen, is men aangewezen op de directe woon- en werkomgeving. Ervaringen die gemeenten hebben opgedaan met de reactie van omwonenden met voorstellen voor 'inbreid' projecten in bestaande wijken, ondersteunen deze uitkomsten van onderzoek.

Attractieparken

In het begin van de jaren zeventig is aan de rand van het (toen nieuwe) agrarisch gebied van Oostelijk Flevoland de permanente landbouwtentoonstelling Flevohof gerealiseerd. Er kwamen aanvankelijk jaarlijks maar liefst ca. 900.000 bezoekers. Nadat de exploitatieresultaten na verloop van tijd achterbleven (nieuw concept nodig) werd de attractie verkocht aan de Belgische keten Walibi. Na een aantal succesvolle jaren is Walibi Flevo in 1999 overgenomen door de Amerikaanse pretparkketen Six Flags. Onder de naam Six Flags Holland is het bedrijf nu uitgegroeid tot een goed bezochte attractie. (het bezoekersaantal in 2000 was 600.000). Overigens bleek het eerste jaar van Six Flags de bereikbaarheid een kwetsbaar punt. Onderzocht is hoe de files ontstonden en het bleek op betrekkelijk eenvoudige wijze mogelijk de bereikbaarheid te verbeteren. De prognose van de bezoekersaantallen voor het jaar 2009 is 865.000.

Een soortgelijke ontwikkeling deed zich voor rond de Bataviawerf. Na de start in 1985 groeide het bezoekersaantal snel tot meer dan 300.000 per jaar. Ook hier bleven de exploitatieresultaten op een gegeven moment achter. Het succes van de werf had tot gevolg dat het factory outlet village Bataviastad kon worden geopend. De omgeving werd daardoor zo interessant dat op haar beurt de Bataviawerf daarvan weer profiteerde. De aanleg van de haven is een recente aanvulling.

Hengelsport

Voor de hengelsport heeft Flevoland veel te bieden. Veel oevers zijn goed toegankelijk en er zijn zelfs meer dan 30 speciaal hiervoor aangelegde visplaatsen in het landelijk gebied op aantrekkelijk gelegen punten, vooral in Oostelijk Flevoland. De hengelsport mag zich verheugen in een grote participatie. In Flevoland zijn veel mogelijkheden om deze laagdrempelige vorm van vrijetijdsbesteding uit te oefenen, vaak ook in de directe woonomgeving. De sportviswedstrijden zijn populair. Flevoland biedt daarvoor aantrekkelijke locaties. Daarom verdient de hengelsport een volwaardige plaats in het pakket op het gebied van recreatie en toerisme dat het aanbod in Flevoland veelzijdiger en daardoor sterker maakt. Ook voor toeristische bezoekers is deze recreatievorm interessant, met als illustratief voorbeeld de forellenvijvers bij de Eemhof.

2.2.2.2 VERBLIJFSRECREATIE

Onder verblijfsrecreatie vallen de volgende accommodatievormen: hotels/pensions, bed-and-breakfast, bungalowparken, campings, trekkershutten en groepsaccommodaties. Ook de verhuur van passantenplaatsen in jachthavens wordt gerekend tot de verblijfsrecreatie. In 2000 waren er in Flevoland 1,7 miljoen overnachtingen. Wanneer het aantal overnachtingen dat Flevoland is misgelopen door de brand in de Eemhof hierbij wordt opgeteld, komt het aantal overnachtingen uit op ongeveer 2,2 miljoen. De overnachtingen vinden voor het grootste gedeelte plaats in Oostelijk en Zuidelijk Flevoland. Het noordelijk deel van de provincie telt de meeste minicampings (15).

Het ontstaan van de verblijfsrecreatie in Flevoland is voor een belangrijk deel het gevolg van de beslissing (halverwege de 20^e eeuw) om randmeren te creëren. Langs de met zand van de vaargeulen gemaakte stranden vestigden zich grootschalige en goed geoutilleerde kampeerterreinen en bungalowparken. Veel is geïnvesteerd in kwaliteit, voorzieningen, marketing, seizoensverlenging enz. Hotels zijn er nauwelijks. Nu is de randmeerzone (randmeren, stranden en bossen) de

¹ Beleving van recreatieve mogelijkheden, meer in het bijzonder in de eigen woonomgeving, Meijers Research, Den Haag 1996

ruggengraat van recreatie en toerisme in Flevoland. Voor de verblijfsrecreatie geldt echter (nationaal en internationaal) dat de gasten steeds hogere eisen stellen en dat de concurrentiepositie van de bedrijven continue alertheid vergt. Dit maakt nieuwe investeringen in kwaliteit en productverbetering noodzakelijk. Van de overheid vraagt dit begrip voor de positie van de bedrijven en medewerking ten aanzien van verbetering en innovatie.

Als gevolg van de komst van de ecologische hoofdstructuur (voor een belangrijk deel gelegd over hetzelfde gebied waarin de recreatiebedrijven liggen), kunnen de belangen met elkaar in conflict komen, met name indien om noodzakelijke investeringen te kunnen doen bestemmingsplanwijzigingen nodig zijn. Zoals eerder gesteld, is de aanwezigheid van natuur en landschap in principe een aantrekkelijk gegeven, maar voor recreatie en toerisme is van groot belang dat voorzien is in toegankelijkheid en belevingswaarde en het multifunctionele karakter van het openbaar gebied bewaard blijft. In opdracht van het ministerie van LNV is een oriënterend onderzoek uitgevoerd naar de situatie van de bestaande verblijfsrecreatie in de ecologische hoofdstructuur (2002). Daarin worden diverse opties onder de loep genomen. Het is denkbaar dat natuur enerzijds en recreatie en toerisme anderzijds zich steeds lastiger laten combineren in relatie tot de EHS. Dit vraagt om oplossingen die tegemoet komen aan de behoefte c.q. noodzaak van ontwikkeling en investeringen.

2.2.2.3 WATERRECREATIE

Mede dankzij de gunstige geografische omstandigheden – het grootste deel van het gebied is aan alle kanten omringd door water – is de waterrecreatie een belangrijk onderdeel van de sector recreatie en toerisme in de Provincie Flevoland. Er zijn ongeveer 40 recreatieve havens met in totaal circa 9000 ligplaatsen. In de loop van een jaar maken ongeveer 50.000 passanten gebruik van de mogelijkheid om de havens aan te doen. De zeilende ‘traditionele chartervaart’ is in Flevoland in opkomst. Flevoland wordt zowel als vaardoel als ook als thuishaven belangrijker. De watersporters zoeken steeds meer het ‘grote water’ op. Flevoland heeft veel ‘groot water’: IJsselmeer, Markermeer, Ketelmeer, IJmeer, enz. Bovendien zijn de Waddenzee en de Noordzee als vaargebied binnen bereik van veel ligplaatshouders. De kanalen worden in toenemende mate gebruikt door de recreatievaart. Openbare aanlegplaatsen voor passanten, nieuwe ontsluitingen door schutsluizen dragen daaraan bij. De Randmeren zijn al decennia lang een belangrijk waterrecreatiegebied. Flevoland is onderdeel van het IJsselmeergebied. Dit vaargebied is bij buitenlandse toeristen zeer in trek. Bijna een kwart van de ligplaatshouders in Flevoland heeft de Duitse nationaliteit. Terugkijkend is op de langere termijn het aantal ligplaatsen en boten flink toegenomen. Hoewel er op dit moment voldoende nieuwbouw is om de vraag aan te kunnen, zijn er op de langere termijn nieuwe ontwikkelingslocaties nodig. De private partijen zijn gebaat bij onderlinge afstemming van de plannen, omdat mogelijk overcapaciteit kan ontstaan, met name aan het ‘grote water’. In de Randmeren is vooral een kwaliteitsslag noodzakelijk die de gebruiksmogelijkheden van het vaargebied beter afstemt op de behoeften van de ligplaatshouders. Daarbij moet worden gedacht aan openbare aanlegplaatsen en verbetering van de vaardiepte. In het kader van de Integrale Inrichting Veluwe Randmeren (IIVR) en het EPD 2000-2006 zijn projecten ontwikkeld die hieraan tegemoet komen. Zie ook onder 2.2.2.6 ‘vaarroutes’.

2.2.2.4 EVENEMENTEN

Dankzij het Low Lands Popfestival, World Jamboree, Sandsculpture, International Potato Congress, International Oldtimer meeting, jaarlijkse Libelleweek, heeft Flevoland naam gemaakt op het gebied van publiekevenementen. Hoewel de evenementen redelijk goed over het gebied zijn gespreid, blijft Almere voorlopig de echte evenementenstad van Flevoland, met Lelystad op de 2^{de} plaats. In 2001 werd Almere uitgeroepen tot nationale evenementenstad.

Evenementen vervullen een belangrijke rol bij het aanjagen van dagbezoek of meerdaagsverblijf, waarvan ook de sectoren horeca, detailhandel, hotels en campings profiteren (economische en werkgelegenheidseffecten). Zij dragen bij aan seizoenverlenging. Evenementen zijn tevens van belang voor de gebiedspromotie, dragen bij aan een dynamisch imago of trekken nieuwe doelgroepen aan. Initieel bezoek dat een goede indruk maakt op nieuwe bezoeker, leidt vaak tot een

herhalingsbezoek of meerdaagsverblijf. Voor de eigen bevolking dragen evenementen bij aan een aantrekkelijk woon- en leefklimaat, uiteraard mits negatieve effecten zoals geluidsoverlast voldoende in de hand gehouden worden.

De betekenis van evenementen wordt als volgt geïllustreerd: een mega-evenement als de World Jamboree (1995), droeg bij aan een wereldwijde media-exposure, een bestedingsimpuls van ruim 45 miljoen euro als gevolg van de 600.000 overnachtingen. Het evenement werd dagelijks bezocht door 75.000 (grotendeels nieuwe) bezoekers. Dit heeft een positief effect gehad op de naamsbekendheid.

Er bestaat in Flevoland geen integraal evenementenbeleid. Zo'n beleid houdt in dat optimale basiscondities worden gecreëerd om nieuwe en kansrijke evenementen te werven, zelf te ontwikkelen en verder uit te bouwen (zie 4.3 'Promotie en imagoversterking integreren in gebiedsmarketing').

2.2.2.5 NATUURATTRACTIES

Flevoland kan met zijn natuurgebieden in toeristische opzicht nog veel meer doen. Weliswaar heeft bijvoorbeeld het natuurgebied de Oostvaardersplassen al een (internationale) faam, de recreatieve beleving ervan bestaat nog slechts uit de observatie met kijkers vanaf de Oostvaardersdijk en de Knardijk, het bezoeken van observatiehutten en het deelnemen aan excursies en huifkartochten. Er zijn veel natuurgebieden in Flevoland, maar er is nog geen samenhangend volwassen natuurrecreatief product. Inmiddels is Staatsbosbeheer al wel actief bezig met de inrichting van een *Etalagegebied* aan de oostzijde van de Oostvaardersplassen en een ontvangstruimte voor bezoekers met een gedurfde architectuur.

2.2.2.6 ROUTES EN VERBINDINGEN

Wandelroutes

Het langeafstandswandelpad *Flevopad* (als LAW-1-5 deel van het nationale net van langeafstandswandelpaden) wordt onvoldoende gebruikt (landelijk worden jaarlijks ca. 200 gidsen verkocht). Er is te weinig samenhang met de aan de route grenzende recreatievoorzieningen (kampeerterreinen, restaurants) en als toeristisch product is het zwak ontwikkeld, hoewel de beleving van het Flevolandse landschap volgens deskundigen op wandelgebied de moeite waard is (ruigte en stilte). Inmiddels is er initiatief voor een kwaliteitsslag en zal de naam veranderen in 'Pionierspad', een naam die goed aansluit bij het streekeigene van Flevoland (zie ook 4.3 'Promotie en imagoversterking integreren in gebiedsmarketing').

Behalve het langeafstandswandelpad zijn er allerlei rondgaande wandelroutes in de bossen en natuurterreinen. De landschapsbeheerders zorgen voor een goed aanbod. Er zijn ook combinaties met bijvoorbeeld Natuur- en MilieuEducatie (NME), zoals de fotowandeling Voorsterbos. Niettemin blijven marketing en bewegwijzering en markering aandachtspunten.

Fietsroutes

Uit informatie van het Landelijk Fietsplatform blijkt dat de routes in Flevoland positief gewaardeerd worden. Zoals eerder vermeld is de kwaliteit van de recreatieve fietspaden echter nog een probleem. Het Flevolandse deel van het landelijk netwerk van langeafstandsfietsroutes (LF-routes) levert daardoor nog onvoldoende 'rendement' op. De bewegwijzerde LF15 *Flevoroute*, de LF20 *Boerenlandroute* en de beschreven route LF 21 van Enkhuizen via Lelystad naar Harderwijk hebben diverse knelpunten en er is te weinig kwaliteit en belevingswaarde.

Net als bij het wandelen zijn er bij het fietsen rondgaande routes: 9 bewegwijzerde en 11 beschreven ANWB-routes. Ook deze routes laten qua onderhoud en belevingswaarde af en toe te wensen over. De gidsjes worden in verhouding met andere delen van het land weinig verkocht. Investerings- en actieve marketing zijn noodzakelijk.

Een aantrekkelijk netwerk van fietspaden in de directe woon- en verblijfsomgeving draagt bij aan een betere woonkwaliteit. Het is daarom belangrijk om bij woonkernen en recreatieve voorzieningen te zorgen voor een aantrekkelijke rondrijdroute.

Bij de ontwikkeling van wegen en spoorlijnen dient aandacht te worden besteed aan de handhaving van het bestaande netwerk aan fietspaden en zo mogelijk verbeteringen te worden aangebracht.

Vaarroutes

Flevoland is op diverse wijzen onderdeel van het nationale vaarrouthenet 'BRTN'. Niet alleen worden de Randmeren en de IJsselmeerkust gebruikt door veel toervaarders, ook het kanalenstelsel van Flevoland wordt redelijk intensief benut voor de recreatietoervaart. Met de openstelling van het Aquaduct Veluwemeer is een open verbinding tussen het Wolderwijd en het Veluwemeer tot stand gekomen. Daarmee is de waarde van deze meren voor de recreatievaart vergroot. De Flevolandse kanalen worden steeds aantrekkelijker voor de recreatievaart. Jaarlijks wordt door de Provincie Flevoland geïnvesteerd in aanlegplaatsen. De nieuwe sluis de Blauwe Dromer (bij gemaal Lovink) maakt geheel nieuwe vaarroutes mogelijk.

Uit onderzoek is gebleken dat de kanalen vooral gewaardeerd worden vanwege natuurbeleving en rust. Bovendien zijn de kanalen een aantrekkelijk alternatief voor recreanten die het grote water willen mijden bij slecht weer. De lange strakke oevers van de vaarten worden vaak als nadeel gezien. De aanleg van natuurvriendelijke oevers brengt hierin verbetering. Omdat te weinig bekend is over de beleving van kwaliteit en voorzieningen is onderzoek gewenst. Actieve informatieverstrekking en marketing zijn ook hier een aandachtspunt.

Autoroutes

In de jaren zestig is de ANWB 'Zeebodemroute' gerealiseerd in de Noordoostpolder en Oostelijk Flevoland. Tweede helft jaren tachtig is daar de ANWB 'Nieuwlandroute' aan toegevoegd. Over het gebruik en de waardering van deze routes is niet veel bekend. De vouwbladen worden slechts in beperkte aantallen verkocht. De autoroutes mogen wellicht strijdig zijn met de beperking van het recreatief autoverkeer, anderzijds zijn ze een aantrekkelijke voorziening voor degenen – vaak ouderen – die niet in staat zijn om te wandelen en te fietsen, nog wel goed kunnen autorijden en graag op deze wijze met Flevoland kennis maken.

Skateroutes

Het Flevolands Bureau voor Toerisme heeft recentelijk een stelsel nieuwe skateroutes ontwikkeld, in samenwerking met organisaties op het gebied van het skaten en toeristische producten. De routes zijn leuk en aantrekkelijk, hebben een heel creatieve naamgeving en voorzien in een behoefte. Het project is slechts ten dele gerealiseerd omdat het niet lukte om medewerking te krijgen van alle wegbeheerders tot het plaatsen van de zeskantige richtingschildjes, in verband met de vrees voor schadeclaims.

2.2.2.7 CAPITA SELECTA (KWALITEIT OPENBARE RUIMTE, NIEUWE LANDGOEDEREN, CULTUURTOERISME)

Kwaliteit publieke ruimte

Bij een volwaardig en goed functionerend voorzieningenpakket voor recreatie en toerisme behoort de kwaliteit van de openbare (of publieke) ruimte. Zoals bij recreatief winkelen de kwaliteit en aantrekkelijkheid van de openbare ruimte (het winkelcentrum) doorslaggevend is voor de omzet van de afzonderlijke winkels, zo is ook voor het functioneren van recreatief-toeristische bedrijven de kwaliteit van de omgeving belangrijk. Het gaat daarbij met name om de belevingswaarde en de toegankelijkheid. In de Flevolandse bosgebieden is de belevingswaarde matig tot goed en deze wordt steeds beter, naarmate het gebied ouder wordt ('Flevoland, de provincie die steeds mooier wordt'). Ook de stranden zijn als publieke ruimte belangrijk al laat – zoals eerder opgemerkt – de kwaliteit op veel plekken op dit moment nog te wensen over.

Met de recreatiemogelijkheden rond de kernen Almere en Lelystad is het over het geheel genomen redelijk gesteld, tenminste als het gaat om de oppervlakte (recreatief bruikbaar) bosgebied. Wel zijn de (fiets- en wandel)verbindingen vanuit de steden soms onvoldoende qua routekeuze, belevingswaarde en verkeersveiligheid.

Met de recreatiemogelijkheden rond de kernen Dronten en Swifterbant is het slechter gesteld. Ze zijn niet meegegroeid met de bevolkingsomvang en de bereikbaarheid van de recreatiegebieden vanuit deze kernen is matig. Het agrarische middengebied heeft het karakter van een open ontginningslandschap. Hoewel dit landschap door landschapskundigen als bijzonder wordt gekenschetst, wordt het door recreanten, die er in hun vrije tijd mee in aanraking komen, vaak ervaren als een weinig aantrekkelijk als recreatieomgeving.

Dit ligt anders voor de bos- en natuurgebieden. Die worden steeds meer gewaardeerd. Het in aanraking komen van mensen met de natuur wordt maatschappelijk steeds belangrijker gevonden. De voorzieningen daarvoor ontbreken echter vaak. Deels is te weinig geïnvesteerd in het beheer en onderhoud van de recreatieve infrastructuur (fietsen en wandelen). Een zwak punt is de afwezigheid van een publieke status van de recreatieve fiets- en wandelpadenstructuur (vast te leggen in een zogenaamde 'wegenlegger'). Beheerders zijn daardoor soms moeilijk aan te spreken op hun verantwoordelijkheid om voorzieningen in stand te houden.

Nieuwe landgoederen

In de nota 'Dynamiek en vernieuwing' van het ministerie van LNV wordt de ontwikkeling van 'nieuwe landgoederen' gezien als middel om de samenhang tussen de stad en het platteland te verbeteren. Het zijn in deze LNV-benadering boscomplexen met maximaal 3 wooneenheden van allure en minimaal 5 hectare bos. Het ministerie heeft de mogelijkheid gecreëerd om experimenten te doen. Om recreatief medegebruik te stimuleren moet het bos op het landgoed voor 90% openbaar toegankelijk zijn. Belangrijk zijn verder de eenheid in architectuur, ruimte en materiaal, de allure, de instandhouding en de identiteit.

In Flevoland zijn landgoederen een nieuw verschijnsel. Er is geen landgoederentraditie. Het project De Kemphaan in Almere wordt door de gemeente een *Stadslandgoed* genoemd, maar is eigenlijk meer een aantrekkelijke verzameling publieksgerichte vestigingen in de plattelandsfeer, aan de rand van het stedelijk gebied. Het is er daarom echter niet minder aantrekkelijk om. De kasteel-hotelontwikkeling in Almere staat dicht bij het door LNV bedoelde concept. Verder zijn er plannen om in de zone tussen Biddinghuizen en het Veluwemeer een verbindende structuur te ontwikkelen, met ruimte voor landgoederen. Dan zijn er initiatieven zoals 'Fortis' in Lelystad en het project Tonsel bij Roggebot. Of nieuwe landgoederen iets zijn voor Flevoland is voornog moeilijk definitief te zeggen. Het is voorstelbaar dat ze een bijdrage gaan leveren aan de belevingswaarde van het landschap. Daaraan is zeker behoefte.

Cultuurtoerisme

Door het inmiddels afgeronde eerste Europese programma voor Flevoland (EPD 1994-1999) kon het project *Cultuurtoerisme* worden opgezet. Het doel is productvernieuwing en nieuwe doelgroepen. Een van de resultaten, *de FL-Uit*, is een aantrekkelijk vormgegeven blad, voor een breed cultureel geïnteresseerd publiek. Daarnaast is er een website voor culturele evenementen (www.gulliver.nl) en zijn er architectuurroute-arrangementen. Het draagvlak voor het project cultuurtoerisme bij de gemeenten is aarzelend. De beoogde spin-off is een bijdrage aan de leefbaarheid, het imago, nieuwe doelgroepen en markten en een beter (economisch) draagvlak voor de culturele voorzieningen.

Mede dankzij het gestegen opleidingsniveau van de recreanten in Flevoland en de toeristen die deze provincie bezoeken, is de belangstelling voor cultuur als onderdeel van het toeristisch aanbod, gestegen. Met name de hoger opgeleiden hebben behoefte hun 'cultureel kapitaal' te vergroten. Ze willen wijzer worden (hoe was het vroeger?) en ze willen unieke ervaringen ondergaan. Daarbij is er sprake van leeftijds specifieke verschillen: jongeren zoeken vooral attracties zoals festivals, ouderen zijn meer geïnteresseerd in het cultureel erfgoed.

Op het gebied van de *land art* (landschapskunst) neemt Flevoland een bijzondere plaats in. Projecten als *Observatorium Robert Morris* en de *Groene Kathedraal van Marinus Boezem* konden worden gerealiseerd dankzij de aanwezige ruimte en belangstelling voor nieuwe vormen van kunst bij degenen die zich met de inrichting van Flevoland bezig hielden. De *Verbeelding* in Zeewolde is een internationaal centrum voor kunst die 'een relatie aangaat met het landschap en/of de natuur'. De informatie- en expositieruimte is uitvalsbasis voor een 7 kilometer lange route met werk van internationaal bekende kunstenaars. Het oorspronkelijke ontwerp voor de route is begin jaren tachtig geïntegreerd in het stedelijk ontwerp voor Zeewolde. Een belangrijke aanwinst voor de collectie van deze route was *Sea Level* van de landschapskunstenaar *Richard Serra*. Beheer en marketing zullen in de toekomst meer aandacht vragen.

Onder de noemer cultuurtoerisme is meer te brengen. Daarbij valt te denken aan de musea, de voormalige eilanden Schokland en Urk, archeologische sites ('Burchten van Kuinre'), al of niet in combinatie die vanuit de 'Belvédèrebenadering' interessant zijn, verhalen, enz. Het in het algemeen

toeristisch-recreatief 'vermarkten' van het cultureel erfgoed van Flevoland kan niet alleen een interessante aanvulling zijn op het recreatief-toeristisch aanbod, maar sluit tevens goed aan op het 'gebiedseigene' van Flevoland (zie ook 3.6 'Marketingvisie').

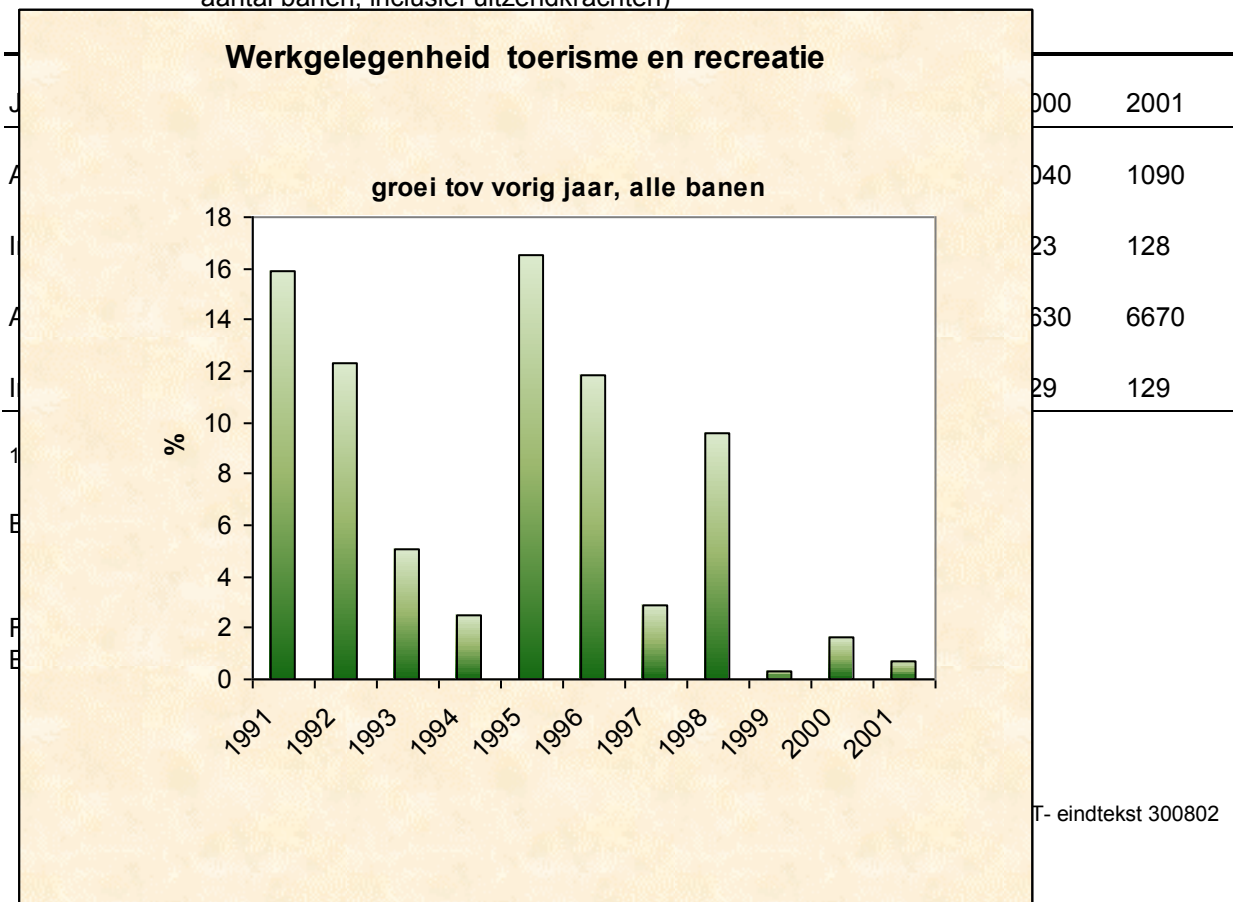
Vorzieningenniveau

Vanuit de bevolkingsgroei kan tenslotte nog gekeken worden naar het 'benodigde' voorzieningenniveau. Er bestaat in Flevoland een groot tekort aan sociaal culturele voorzieningen en met de sterke groei van de bevolking zal dit tekort bij ongewijzigd beleid alleen maar toenemen. Om deze tekorten te kunnen onderbouwen heeft het provinciaal bestuur een onderzoek laten doen naar deze tekorten en de te verwachten ontwikkelingen daarin (ABF-Research, 2002). Als maat voor te verwachten overschotten of tekorten is het aantal werkenden in een bepaalde sector genomen in relatie tot het aantal inwoners. Daarbij is voor Zuidelijk Flevoland de noordvleugel van de Randstad en voor overig Flevoland het gemiddelde van Nederland als norm genomen. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat, uitgaande van de behoeften van de eigen Flevolandse bevolking, het aantal werkenden per 1000 inwoners in de recreatiesector niet hoeft te stijgen. Anders gezegd: een groei die in de pas loopt met de bevolkingsontwikkeling (3%) is toereikend om een voorzieningenniveau te handhaven dat overeenkomt met de referentiegebieden. Vanzelfsprekend is dit een generaliserende conclusie voor de sector als geheel; daarbinnen zijn specifieke onevenwichtigheden en derhalve ook tekorten mogelijk. Vanuit economische en werkgelegenheidsoverwegingen lijkt de ambitie van de provincie dat het aanbod aan toeristisch-recreatieve voorzieningen sterk wordt uitgebreid en dat de potenties van Flevoland om de sector recreatie en toerisme tot ontwikkeling te laten komen volledig worden benut. De groeidoelstelling van gemiddeld 5% (zie 1.1.2) vloeit dan ook mede voort uit deze intentie.

2.2.3 ECONOMISCHE BETEKENIS VAN RECREATIE EN TOERISME IN FLEVOLAND

Op basis van de eigen provinciale gegevens kan tevens een beeld worden gegeven van de ontwikkeling die de werkgelegenheid in deze sector in de afgelopen jaren heeft doorgemaakt in Flevoland. In de afgelopen 10 jaar is het aantal banen en vestigingen meer dan verdubbeld. In de periode 1995-2001 bedroeg de toename in totaal 29%, met in de laatste jaren een geringere groei. Tabel 2.2.3.1 en figuur 2.2.3.1. geven nader inzicht in de ontwikkeling van de directe werkgelegenheid en het aantal vestigingen in recreatie en toerisme in de provincie Flevoland.

Tabel 2.2.3.1 Aantal vestigingen en werkzame personen in de sector toerisme en recreatie (totaal aantal banen, inclusief uitzendkrachten)



Blijkens de 'monitor recreatie en toerisme' (zie 4.5 'Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken') wordt de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid geleverd door de vakantiebungalows en de attracties. Op de derde plaats als 'banenleverancier' komt de waterrecreatie. Daarna de evenementen en de kampeersector. Tenslotte wordt een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid geleverd door de golfbanen, de hotels en de outdoor/adventure-bedrijven.

2.2.4 RECENTE ONTWIKKELINGEN, TRENDS EN MARKTONTWIKKELINGEN: FLEVOLAND UITGEDAAGD

Veel vrije tijd wordt buitenshuis doorgebracht en de consumptieve bestedingen in de vrijetijdsindustrie zijn fors toegenomen. Men is in staat en bereid te betalen voor kwaliteit. De consument is bereid om te reizen. Naast de welvaartsgroei hebben ook andere maatschappelijke ontwikkelingen de vrijetijdsbesteding beïnvloed. Zo zijn veel vrijetijdsvoorzieningen bereikbaar geworden voor grote groepen van de bevolking.

Hoewel sprake is van vergrijzing van de bevolking, is zich geen afzonderlijke toeristen- c.q. recreatiemarkt voor bejaarden gaan ontwikkelen. Men voelt zich nog jong en vitaal, wil actief zijn en heeft veel geld te besteden. Bij alle leeftijdscategorieën blijft er behoefte aan het gezamenlijk beleven van vrije tijd. Familiebijeenkomsten en bedrijfsuitstapjes vinden buiten de deur plaats en vragen dus om voorzieningen en service. Er is ook een hang naar het verleggen van grenzen. Men wil 'ontsnappen' uit de sleur van de dagelijkse realiteit: *mountainbiken*, *abseilen*, *off the road*, *paintball*, enz. bieden daartoe de mogelijkheid. Wel is een voorwaarde dat die beleving veilig is. Overigens wil men ook binnen de groepsgewijze vrijetijdsbeleving de ruimte hebben om individuele keuzes te maken. Internet maakt de mogelijkheid om de vrije tijd persoonlijk in te vullen groter, zoals dat bij het samenstellen van reisarrangementen het geval is.

Belangrijk is hoe dit recreantenprofiel aansluit bij Flevoland, waar naast bijzondere voorzieningen en evenementen zoals Six Flags Holland, Bataviastad en Low Lands vooral ruimte, rust en dagattracties de belevingswaarde lijken te bepalen. Ook de stedelijke omgeving moet aansluiten op consumentenvoorkeuren. Er heeft internationaal een herwaardering plaatsgevonden van de binnenstad als vrijetijdsmilieu. Het versterken van de steden als omgeving om de vrije tijd door te brengen is voor Flevoland geen gemakkelijk opgave. De woonkernen zijn meestal relatief beperkt van omvang en er ontbreekt veelal het culturele erfgoed dat andere steden zo interessant en aantrekkelijk maakt. De Flevolandse steden moeten het hebben van moderne architectuur (Almere Filmwijk), een waterfront (Lelystad) of twintigste-eeuwse stedenbouwkundige concepten (Emmeloord, Nagele). Het authentieke van deze kenmerken is echter relatief en het benutten en vermarkten ervan is niet zo eenvoudig. Het vraagt aandacht, creativiteit én investeringen. Bovendien is zowel eigenheid als samenwerking vereist, zodat steden elkaar niet gaan imiteren of beconcurreren. Het positieve resultaat van deze inspanningen is zowel een grotere kwaliteit van de woonomgeving als ook een versterking van de economie en werkgelegenheid.

Sterk vereenvoudigd ziet de vrijetijdsmarkt er als volgt uit: een financieel koopkrachtig publiek met sterk uiteenlopende voorkeuren, valt uiteen in twee groepen. (1) drukke tweeverdieners met weinig tijd, die bereid zijn veel geld te besteden aan een aantrekkelijke invulling van die schaarse tijd en (2) niet-(meer) werkenden met veel vrije tijd en dankzij de welvaartsgroei met koopkracht. Beide groepen stellen hoge eisen aan de kwaliteit van de hen geboden producten. Het is aan de toeristisch-recreatieve markt om daaraan op een zodanige manier tegemoet te komen dat men de kritische consument aan zich bindt.

Buitenlandse vakanties zijn populair. Dit is een gevolg van de internationale concurrentie. Binnenlandse vakanties blijken vooral doorgebracht te worden voor de 'tussendoortjes'. Omdat ook het aantal vakanties per jaar groeit, ligt hier dus een markt voor het toeristisch-recreatieve bedrijf in onze provincie. Daarnaast groeit de bevolking in Flevoland en in de ons omringende provincies. De inwoners zullen in toenemende mate kortdurende vakanties in de nabije omgeving willen doorbrengen. Er komen meer recreanten die in staat en bereid zijn geld uit te geven (de bestedingen voor recreatieve doeleinden zijn sterker gestegen dan de overige consumptieve bestedingen). Een

voorwaarde is niet alleen dat kwalitatief goede producten worden aangeboden, maar ook dat deze bestand zijn tegen de (internationale) concurrentie.

Een toenemend aantal horeca- en recreatiebedrijven begeeft zich al enige tijd met succes op de seniorenmarkt. Anderen realiseren zich nog onvoldoende welke mogelijkheden deze groeiende markt kent. De pensioenen zijn gegroeid, waardoor ouderen behoorlijk wat te besteden hebben en gemakkelijker geld uitgeven. Om een deel van die bestedingen naar zich toe te halen moeten bedrijven in de leisuremarkt een goede service en voorzieningen aanbieden. Ook blijken senioren behoefte te hebben aan actieve arrangementen. Behalve op de groeiende seniorenmarkt kan de sector inspelen op de behoeften van allochtonen, op de groei van de behoefte aan beleving, op de toename van de foodbestedingen buitenshuis en op de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens.

2.2.5 SWOT-ANALYSE VAN HET RECREATIEF-TOERISTISCH PRODUCT FLEVOLAND (STERKE EN ZWAKKE PUNTEN, KANSEN EN BEDREIGINGEN)

Algemeen

Het toeristisch-recreatief product Flevoland is geanalyseerd op sterke en zwakke elementen. Tevens is gekeken naar voor Flevoland relevante marktontwikkelingen, naar kansen en bedreigingen en naar de concurrentiepositie. Deze zogenoemde SWOT-analyse is uitgevoerd om richting en invulling te geven aan de marketing (positionering en imagoverbetering) en de productontwikkeling, maar is eveneens van belang voor het bepalen van het ambitieniveau voor de ontwikkeling van de sector recreatie en toerisme.

De criteria op basis waarvan de strategische waardering van het toeristisch-recreatief product Flevoland is bepaald, zijn:

- het strategisch belang van een project of maatregel afgemeten aan de mate waarin bijgedragen wordt aan het versterken van de toeristisch-recreatieve infrastructuur en bedrijvenstructuur in Flevoland;
- de te verwachten economische spin-offs in termen van bestedingen, investeringen, omzetten en werkgelegenheid;
- de werving van nieuwe doelgroepen en het aanboren van nieuwe marktsegmenten;
- de beeldvorming en uitstraling op het toeristisch product Flevoland;
- synergiewerking met andere sectoren en projecten.

Belangrijkste conclusies

Sterke, positieve onderscheidende elementen:

- De aanwezigheid van veel, grote en vrij toegankelijke natuurgebieden. Ondanks de snelgroeiende bevolking is er in Flevoland nog volop rust en ruimte en indrukwekkende natuur te vinden in een grote verscheidenheid. Het alom aanwezige water, het weidse karakter, de grote gevarieerdheid aan landschappen (Noordoostpolder versus Zuidelijk Flevoland, de internationale Wetlands van De Oostvaardersplassen versus de Randmeren) vormen een aantrekkelijke ruimte en ambiance voor breed scala van toeristisch-recreatieve activiteiten, landgebonden, op of aan het water.
- De aanwezigheid van enkele grote, beeldbepalende, landelijk bekende dagattracties, zoals Six Flags Holland (met spectaculaire attracties en af en toe attractieve evenementen zoals het Low Lands-festival), Bataviastad met een uniek Factory Outlet Center, de Bataviawerf en bijzondere musea als het Nieuwe Land /Polder museum. Ook zijn er enkele grootschalige verblijfsaccommodaties, zoals Center Parcs De Eemhof en een grote verscheidenheid aan campings, bungalowparken te vinden, alsmede voorzieningen geschikt voor uiteenlopende doelgroepen.
- De landschappelijke en culturele contrasten (oud-nieuw) in en rond Flevoland: moderne architectuur in Nagele en Almere, naast het voormalig eiland Urk en het Werelderfgoed Schokland. Dit biedt kansen om Flevoland als 'Verrassend anders' en als 'The Flevoland Experience', een door mensenhanden gemaakt gebied, te positioneren en te promoten, gebruikmakend van de aanwezigheid van de moderne landbouw (inclusief tulpenvelden),

architectuur en unieke landschapskunst. In het buitenland (anders dan in Nederland) roept het polderimago positieve associaties op en kan dit worden uitgebouwd tot attractie.

- Een expansief groeiende bevolking (bovenop de reeds voorziene bevolkingsgroei een taakstelling om 100.000-150.000 extra inwoners te huisvesten in 2030, uitgaande van de Vijfde nota ruimtelijke ordening) vormt de stuwende kracht achter het verbeteren en op een hoger peil brengen van het voorzieningenniveau, waarbij eveneens een beroep kan worden gedaan op subsidies van onder meer het lopende Europees vervoliprogramma voor Flevoland (EPD 2000-2006). Het Omgevingsplan biedt in principe ruimte voor nieuwe grootschalige en kleinschalige ontwikkelingen in een gedifferentieerd ruimtelijk kader, variërend van recreatiezwaartepunten tot recreatiesteunpunten, recreatiezones en recreatieve verbindingzones.

Zwak ontwikkelde elementen:

- Een betrekkelijk leeg imago, nog te weinig geprofileerd '*merk Flevoland*', roept nog onvoldoende emoties en beelden op bij het publiek, en geeft nog niet het gevoel dat je er geweest moet zijn. Flevoland geldt nog niet als mustbestemming. De ervaring leert dat bezoekers die een positief beeld over Flevoland hebben na een initieel bezoek, vaker Flevoland bezoeken (zie ook onderstaande imagokarakteristiek).
- De belevingswaarde van de meeste routes, publieksattracties, stadscentra (historische binnensteden ontbreken) en landelijke omgeving blijft achter bij wat de veeleisende toerist verwacht.
- De voor de dagtoerist of recreant meest aansprekende toeristische-, recreatieve- en stedelijke voorzieningen zijn vooral te vinden aan de randen van Flevoland. Langs de Randmeren (water- en landgebonden dag- en verblijfsrecreatie), Almere (o.a. evenementen, waterrecreatie), Lelystad (Bataviastad), Zeewolde (water- en verblijfsrecreatie) en Dronten (o.a. attractieparken, evenementen). De clusters worden gescheiden door een agrarisch tussengebied dat bijdraagt aan de beeldvorming van het gebied, terwijl de samenhang tussen de toeristische kernen nog zwak ontwikkeld is, waardoor de verschillende onderdelen van het toeristisch-recreatief aanbod zich onvoldoende aan elkaar kunnen optrekken (synergie).
- Hoewel op velerlei gebied sprake is van een inhaalslag, houdt de ontwikkeling van het stedelijk voorzieningenniveau op het gebied van winkelen, uitgaan en cultuur nog geen gelijke trend met de snelle bevolkingsgroei. Flevoland is en blijft voorlopig nog een ontwikkelingsgebied en dat geldt ook voor toerisme en recreatie.

Nieuwe kansen voor Flevoland

- Door het realiseren van enkele grootschalige, beeldbepalende en toeristisch-recreatieve structuurversterkende projecten, zoals het nationaal luchtvaartcentrum Aviodome, het Natuuractiviteiten-centrum Oostvaardersplassen zullen positieve impulsen uitgaan op de ontwikkeling van het toerisme en recreatie in Flevoland.
- De behoefte aan een nationaal evenemententerrein betekent eveneens een kans voor Flevoland, bijvoorbeeld gekoppeld aan het huidige evenemententerrein bij Six Flags, met nieuwe vervoersmogelijkheden in het kader van de nieuwe Hanzelijn (en shuttlebussen).
- De in 2002 geopende nieuwe sluis de Blauwe Dromer (bij gemaal Lovink) biedt tezamen met de uitvoering van het IIVR interessante kansen voor de watersport. In het bijzonder wordt het toervaren op de Flevolandse binnenwater bevorderd, doordat een dwarsverbinding van het Veluwe Meer met Lelystad mogelijk wordt gemaakt. Door circuitvorming wordt het toervaartnetwerk in het zuidelijk deel van Oostelijk Flevoland attractiever voor de waterrecreant.
- De recreatieve functie van de binnensteden van Almere en Lelystad kan verder worden versterkt, waardoor Flevoland nog aantrekkelijker wordt voor een toeristisch dagbezoek, kort of lang verblijf. De 'koopkrachtbinding' van de Flevolandse bevolking aan het gebied wordt verbeterd en de onbalans tussen het af- en toevloeien verminderd. Dit heeft ook een matigende invloed op de automobiliteit. De plannen voor nieuwbouw en renovatie van theaters in deze steden biedt ook mogelijkheden voor zakelijk toerisme.
- Bovengenoemde projecten zullen tezamen met de vele kleinschalige initiatieven die hier niet afzonderlijk vermeld zijn, verder bijdragen aan versterking van de toeristisch-recreatieve infrastructuur en daarmee Flevoland aantrekkelijker maken voor een breed publiek. Bovendien geven zij inhoud aan het toeristisch imago en hebben zij een aanzuigende werking op bestaande en nieuwe doelgroepen en marktsegmenten.

In de paragraaf 3.6. zal nader worden uitgewerkt hoe het toeristisch-recreatief product Flevoland in de markt kan worden gepositioneerd en hoe de beeldvorming kan worden verbeterd door het bouwen van een sterk merk Flevoland door 'branding'².

Bedreigingen voor de sector recreatie en toerisme in Flevoland

- Hoewel Flevoland tot dusverre wordt ervaren als een gebied waar ontwikkeling de ruimte krijgt, zijn er steeds meer belemmeringen, veroorzaakt door maatregelen die in de perceptie van bedrijven en investeerders als belemmerend worden ervaren. Ook al geldt dit in andere provincies en vaargebieden evenzeer, het dient een punt van bijzondere aandacht te vormen. De Vogelrichtlijn is in dit verband een voorbeeld. Dat de 'zorgvuldigheidseisen' in de praktijk misschien tot langere voorbereidingstijd en bezwarenprocedures en hogere voorbereidingskosten bij de vestiging van nieuwe bedrijven en uitbreiding van bestaande leiden, lijkt voorlopig als een gegeven geaccepteerd te moeten worden. Bovendien is dit het gevolg van een combinatie van wetgeving en eerder gemaakte maatschappelijke keuzes.
- Andere gebieden hebben vaak een grotere aantrekkingskracht op recreanten omdat ze traditioneel als recreatief interessanter worden ervaren dan Flevoland. Een belangrijke 'asset'³ van Flevoland is de beschikbaarheid van ontwikkelingslocaties. Het gaat hier om het vitale belang van het bewaren van de balans tussen ontwikkelingsmogelijkheden en inperkende maatregelen, om de concurrentie vanuit omliggende provincies blijvend het hoofd te kunnen bieden.
- Een andere bedreiging is de toename van permanente bewoning in recreatiewoningen. Deze doet het noodzakelijke (toeristische) accommodatieaanbod verminderen.
- Ondanks het feit dat het imago van Flevoland in de huidige situatie nog als zwak wordt ervaren (zie onderstaande 'karakteristiek') en dat uit tellingen blijkt dat bijvoorbeeld het bezoek van Duitse bezoekers en recreanten, met name in het Randmerengebied, momenteel terugloopt, is er in de praktijk slechts een beperkt financieel draagvlak binnen het (relevante) bedrijfsleven voor toeristische gebiedspromotie en werving. Dit kan tevens te maken hebben met een achterblijvende groei en kwaliteit, alsmede onvoldoende afstemming op nieuwe doelgroepen.
- Tenslotte is een bedreiging voor de ontwikkeling de toenemende weerstand vanuit de bevolking die soms merkbaar is ten opzichte van sommige toeristische ontwikkelingen (bijvoorbeeld de Vuurkaap te Zeewolde).

Een meer gedetailleerd overzicht van de SWOT-analyse is opgenomen in de in 2001 verschenen 'Nota Verkenningen'.

Onderstaande karakteristiek van het imago uit het vooronderzoek voor de Beeldvormingcampagne Flevoland illustreert hoe de consument naar dit gebied kijkt.

Karakteristiek van het imago van Flevoland

Flevoland wordt, ondanks de imagocampagnes, door potentiële bezoekers en investeerders nog steeds gezien als een leeg, nieuw, stil en uitgestrekt poldergebied met te weinig bedrijvigheid en voorzieningen. Er is op voorhand geen positieve emotie. Na Flevoland bezocht te hebben wordt de waardering positiever. 'Onbekend maakt onbemind' is hier van toepassing. De kern van de provinciale imagocampagne 'Flevoland is er voor gemaakt' was daarom een bezoekaanleiding te creëren voor toeristisch dagbezoek en het publiek op deze wijze te laten kennismaken (en vooral laten ervaren) met wat Flevoland te bieden heeft.

Uit het voorafgaande onderzoek naar de karakteristiek van het imago van Flevoland bleek het volgende:

- de kwaliteit van recreatieve voorzieningen is goed (87% van de ondervraagden) is een schone provincie (82% mee eens)
- in Flevoland is voldoende afwisseling van polder, natuurgebieden, water en steden (71% mee eens)
- Flevoland is trots op hun provincie (71% mee eens)
- verkeersverbindingen zijn goed (69% van de ondervraagden)
- Flevoland is een ambitieuze provincie (68% mee eens)

² Het geven van een merknaam aan het product Flevoland

³ Voordeel ten opzichte van andere gebieden

- Flevoland is centraal gelegen in Nederland (65% mee eens)
 - 1 op de 10 ondervraagden heeft een dagbezoek aan Flevoland gebracht
 - 1 op de 5 ondervraagden heeft (deel van) een vakantie in Flevoland doorgebracht
- Bron: Beeldvorming Flevoland, januari 2001

Kanttekening

In het bovenstaande wordt gesproken over het 'toeristisch-recreatief product Flevoland'. Natuurlijk moet de vraag gesteld worden of het 'product Flevoland' wel voldoende homogeen is om die aanduiding te kunnen rechtvaardigen. Er is tenslotte een veelheid van producten met bijbehorende vraag en doelgroepen. Bovendien behoren onderdelen als de Randmeren, het IJsselmeer en het Markermeer niet exclusief tot het Flevolandse domein en zal de gemiddelde recreant dat ook niet veel verschil maken. In weerwil van deze legitieme discussie is bovenstaande analyse uitgevoerd, vooral omdat die past bij de keuze 'samenhang bevorderen', een keuze die algemeen als zinvol ervaren wordt en tevens van pas komt bij de benadering van de gebiedsmarketing, zoals uiteengezet en toegelicht in 3.6 'Marketingvisie'.

3 Schets van de beoogde ontwikkelingen (ontwikkelingsvisie)

3.1 INLEIDING

In het onderstaande wordt ingegaan op de toekomst voor recreatie en toerisme zoals de Provincie Flevoland die ziet met betrekking tot Flevoland als geheel. Deze visie wordt vervolgens uitgewerkt, gepreciseerd en toegelicht voor deelgebieden. Ten aanzien van de toekomstvisie is namelijk een benadering gevolgd waarbij ook geografische deelgebieden in Flevoland worden onderscheiden.

Vanuit de invalshoek toerisme, maar ook vanuit de invalshoek recreatie, is het met het oog op de beeldvorming en de regiomarketing belangrijk dat bestemmingsgebieden onderscheiden worden die voor toeristen herkenbaar zijn en een eenheid vormen. Dat zijn in Flevoland: de gebieden 'Steden' (Almere/Lelystad), 'Randmeren' en 'Noordelijk Flevoland'. Dit heeft als voordeel dat de 'boodschap' beter overkomt en als bijkomend voordeel dat met partijen in de betreffende bestemmingsgebieden 'gebiedsgericht' samengewerkt kan worden in het 'verkopen' van die bestemming. Niettegenstaande deze gebiedsgerichte logica volgt het BART de systematiek van het Omgevingsplan waarin de volgende deelgebieden worden onderscheiden: 'Noord', 'Midden' en 'Zuid'. Deze benadering sluit beter aan bij de methodiek van het Omgevingsplan. Dit wringt enigszins met de toeristische en recreatieve optiek, c.q. de marktoptiek. Het voordeel dat op het provinciale niveau een goede link wordt gelegd tussen de recreatief-toeristische sector en andere relevante beleidslijnen weegt hier tegen op.

In de gevolgde gebiedsgewijze benadering zal om herhalingen te voorkomen de toeristische benadering worden toegedeeld aan een geografisch deelgebied, ook als de beschrijving het geografische deelgebied feitelijk te boven gaat. In concreto: het gebied 'Steden' wordt behandeld bij 'Zuid' en het gebied 'Randmeren' bij 'Midden'.

3.2 BEOOGDE ROL VAN RECREATIE EN TOERISME IN FLEVOLAND

Inleiding

Zoals eerder in 2.2 al geconstateerd is, heeft Flevoland een goed woon- en leefklimaat te bieden aan ruim 500.000 inwoners. Het valt te verwachten dat deze groeipotentie in de periode tot 2030 benut zal worden, gelet op demografische, geografische en maatschappelijke ontwikkelingen die zich in Nederland aftekenen. Recreatie en toerisme kunnen daarbij bovendien, zoals boven ook aangegeven, een belangrijke bijdrage generen aan de Flevolandse economie. Aan de rapportage van het in 2002 gehouden onderzoek 'Ruimte voor recreatie en toerisme in Flevoland' zijn de volgende conclusies ontleend. In 2001 werkten er, exclusief een groot deel van de seizoenarbeid, 6.670 personen in de toeristisch-recreatieve sector in Flevoland. Hiervan hadden ruim 64% een fulltime baan. Van het totaal aantal fulltime banen in Flevoland (103.400) bevond zich 4% in de sector recreatie en toerisme. De werkgelegenheid in deze sector is tussen 1995 en 2001 gegroeid met 29%, een gemiddelde jaarlijkse groei van 5% (zie 2.2.3 'Economische betekenis van recreatie en toerisme in Flevoland').

Groeidoelstelling

Hoewel tijdens het voorbereidingsproces rond het BART op enigermate arbitraire basis aanvankelijk een hogere werkgelegenheidsdoelstelling is aangenomen lijkt het op basis van nadere analyse van de bestaande gegevens reëler dit jaarlijkse groeipercentage uit te gaan van 5%. De werkgelegenheid in de sector recreatie en toerisme moet dan in een periode van 10 jaar groeien van 6.670 banen met ruim 4.000 banen tot bijna 11.000 banen. Die groei is wat ontwikkeling betreft, in procenten uitgedrukt, vergelijkbaar met de gewenste totale werkgelegenheids groei in Flevoland. Het aantal banen moet groeien tot ruim 1,6 keer de huidige omvang. De bestaande werkgelegenheid in recreatie en toerisme bestaat uiteraard voor een deel uit werkgelegenheid voortvloeiend uit toeristische bestedingen (dus een- of meerdaags verblijf van niet-inwoners) en uit recreatieve bestedingen in Flevoland zelf. Om de groei mogelijk te maken moet uiteraard de fysieke ruimte er zijn en is het continueren van een actief acquisitie- en stimuleringsbeleid noodzakelijk (basiscondities).

In het navolgende wordt nader ingegaan op de vraag in hoeverre het beoogde groeipercentage van 5% per jaar reëel is.

De gemiddelde jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in Flevoland bedroeg in de periode 1990-1998 7% tegen 2% landelijk. (fulltimers) In de periode 1997-2001 bedroeg de groei van de werkgelegenheid in Flevoland gemiddeld 9% tegenover landelijk 2,5%.

De totale werkgelegenheid in de toeristische sector in Flevoland is tussen 1995 en 2001 met in totaal 29% toegenomen. Dit is gemiddeld 5% per jaar, maar vanaf 1999 vertoont de groei een duidelijke afvlakking.

Geconcludeerd kan worden dat Flevoland eind jaren negentig op de belangrijkste economische indicatoren beter presteert dan het Nederlandse gemiddelde c.q. de andere provincies. Drie belangrijke factoren die ten grondslag liggen aan de gunstige economische ontwikkeling van Flevoland zijn:

- De gunstige (autonome) economische ontwikkeling van Nederland. Eind jaren negentig is er in Nederland sprake van een sterke economische groei, een toename van de werkgelegenheid en een (scherpe) daling van de werkloosheid.
- De uitvoering van het Europese Doelstelling-1 programma voor Flevoland (EPD 1994-1999). Verwacht wordt dat de resultaten ook na het einde van het programma (1999) nog merkbaar zullen zijn.
- De sterke groei van de beroepsbevolking (sterker dan de totale bevolkingsgroei) en de daarmee samenhangende werkgelegenheidsontwikkeling in Flevoland (veelal bevolkingsvolgend en verzorgend van aard).

De gemaakte veronderstellingen in het REOF voor de periode 2000-2005⁴ zijn:

- Iets minder gunstige, maar nog steeds goede, economische vooruitzichten voor Nederland en Flevoland. Matige economische groei (groei BNP tussen 2,75 % - 3,25%; scenario EC-GC van het CPB).
- De autonome economische ontwikkeling van Flevoland brengt een werkgelegenheidsgroei met zich mee die daalt naar gemiddeld 3,5% per jaar. De motor achter de banengroei is (in alle scenario's) de (bevolkingsvolgende zakelijke) dienstverlening.
- Een verdergaande (sterke) groei van de (beroeps)bevolking (natuurlijke aanwas en migratiesaldo) in Flevoland (rond de 4% per jaar). De groei van de (beroeps)bevolking concentreert zich m.n. in Almere en Lelystad.

De centrale doelstelling van het REOF is om evenwicht te krijgen tussen werkgelegenheid en beroepsbevolking. Daarbij moet een aanmerkelijk groter deel van de beroepsbevolking dan thans het geval is het benodigde inkomen binnen de provinciegrens kunnen verdienen. Het streven is erop gericht vooral de groei van de uitgaande pendel af te remmen. Het bevorderen van de bedrijvigheid en de daarmee samenhangende werkgelegenheid (12.000-18.000 banen extra bovenop een voorziene autonome groei van gemiddeld 3,5% per jaar) is de belangrijkste opgave van het provinciaal economisch beleid. Het beleid moet erop gericht zijn de groei van de werkgelegenheid te handhaven.

Hierbij moet de volgende kanttekening worden gemaakt. De huidige economische situatie laat een groeivertraging zien. De economische groei in Flevoland (BRP) bedroeg in 2001 nog slechts 1,4% (het niveau van 1996), gelijk aan het landelijke gemiddelde (ook 1,4%). De groeiverwachting van de Nederlandse economie (BNP) voor 2002 is momenteel 1% en voor 2003 1,75%. Daarbij komt dat de werkloosheid in Nederland momenteel toeneemt: de laatste maanden gemiddeld 7000. De werkloosheid in Nederland zou oplopen van 134.000 naar ongeveer 350.000 - 400.000 in 2 jaar tijd

De vraag is of gelet op de afkoeling van de economie in 2001 (in Nederland en Flevoland) en de duidelijk verminderde verwachte groei van het BBP in 2002 en 2003 (en daarmee waarschijnlijk ook een lagere groei van het BRP) een groeipercentage van 5% van de werkgelegenheid in de toeristische sector nog reëel is. 5% groei is in lijn met de algemene REOF-doelstelling.

⁴ Bij de voorbereiding van het REOF 2000-2005 is o.a. gebruik gemaakt van toekomstverkenningen van het Centraal Plan Bureau (CPB), de Rijksplanologische Dienst (RPD) en Buck Consultants International (BCI).

Eindconclusie: 5% groei is gezien de huidige omstandigheden voor de komende 2 à 3 jaar ambitieus, maar op langere termijn wellicht haalbaar. Het is verstandig om de komende periode jaarlijks te bezien of het percentage haalbaar en reëel is en op welke punten het beleid zou moeten worden aangepast.

Kwaliteitsverbetering

Naast versterking van de werkgelegenheid is ook verbetering van de kwaliteit van het aanbod met betrekking tot recreatie en toerisme nodig. Belangrijk is de vergroting van de aantrekkelijkheid van Flevoland (concurrentiepositie). De recreatieve vraag heeft - althans voorzover die betrekking heeft op de eigen bevolking - een bevolkingsvolgend karakter. Dat geldt niet voor de toeristische vraag, waarvoor de ontwikkeling van de totale toeristische marktvaart en de relatieve concurrentiepositie van Flevoland ten opzicht van andere gebieden in binnen- en buitenland bepalend is. Nu is er over die lange termijn toeristische vraag niet zoveel bekend. Er zijn geen scenario's die daarvoor als kapstok kunnen worden gehanteerd. In 2.1 en 2.2.4 zijn niettemin enkele relevante trends geschetst.

Veiligheid en gezondheid

Een thema dat steeds belangrijker wordt is veiligheid en gezondheid. Recreatie en toerisme is bij uitstek een sector waarin de beleving centraal staat. De voorwaarde dat deze beleving niet schadelijk is voor veiligheid en gezondheid krijgt steeds meer aandacht. De rol van de overheid is wetgeving en controle op de naleving daarvan. Het bedrijfsleven staat zeer dicht bij de praktijk. Het management van de bedrijven is verantwoordelijk niet alleen op het toepassen van de wetgeving, maar ook op het voorkómen van incidenten die de reputatie van het bedrijf zou kunnen schaden. Niet alles valt binnen de verantwoordelijkheid en de macht van de bedrijven. De consumenten hebben een eigen individuele verantwoordelijkheid, niet alleen voor zichzelf, maar ook voor anderen. Toch dienen de bedrijven ervoor te zorgen dat al het mogelijke gedaan wordt om veiligheid te optimaliseren en mensen niet door nalatigheid of gebrekkige maatregelen in gevaarlijke situaties terecht te komen.

Een voorbeeld is roken en de schadelijke effecten daarvan voor de gezondheid. Steeds meer mensen kiezen er bewust voor niet te roken en wensen gevrijwaard te worden van gedwongen meerooken als gevolg van het gedrag van rokers. In publieke ruimten is hierop toegesneden regelgeving van kracht geworden. Ondernemers die in het particuliere gedeelte van de sector recreatie en toerisme functioneren, dienen nadrukkelijk te overwegen – voorzover dit niet al het geval is geweest – of en hoe zij op deze bewust niet-roken trend in willen en kunnen spelen. Dit kan een onderdeel van de marketingstrategie zijn: door op een prettige wijze tegemoet te komen aan de behoeften van zowel de rokers als de niet-rokers kan het bedrijf zijn aantrekkelijkheid en reputatie vergroten. Daarbij kan gedacht worden aan goed ingepaste en geconditioneerde ruimten voor niet-rokers. Er zijn op dit moment in Flevoland al een aantal restaurants die een rookvrije ruimte beschikken. Enkele restaurants zijn zelfs geheel rookvrij.

Bijzondere aandacht is tenslotte op zijn plaats voor alcoholgebruik, safe sex en het gebruik van drugs, zij het dat de opvattingen over de aanpak van geval tot geval nog wel eens verschillen. Ook zijn er veelal landelijke campagnes gaande en is de rol van de Provincie Flevoland en andere Flevolandse organisaties en het bedrijfsleven niet altijd even helder. Enerzijds is het naleven van bestaande wetgeving (bijvoorbeeld controle op leeftijdsgrenzen bij verkoop) belangrijk, anderzijds kan per geval worden nagedacht over mogelijkheden. Zelfs is het denkbaar dat er een collectief marketinginstrument van wordt gemaakt (zie ook 4.6.4 'Veiligheid en gezondheid').

3.3 CONCEPTUALISERING ONTWIKKELINGSVISIE FLEVOLAND

Sterk vereenvoudigd gesteld wordt de toekomst van de Provincie Flevoland vooral beïnvloed door de sterk groeiende bevolking. Flevoland zal – over niet al te lange tijd – een van de grote steden binnen haar grenzen hebben. Dit vraagt om een volwaardig aanbod van voorzieningen, ook op het gebied van recreatie en toerisme. De in de toekomst benodigde voorzieningen zijn gebiedsspecifiek voor de verschillende delen van Flevoland ('Noord', 'Midden', 'Zuid' en 'Buitendijkse wateren', zie 3.4). Afhankelijk van de locatie kunnen de voorzieningen bovendien worden geënt op voor Flevoland specifieke en deels authentieke thema's, zoals water, natuur, weidsheid landschap, evenementen, cultuur, landschapskunst, architectuur en ontstaansgeschiedenis (Zuiderzeeproject). Dit voorzieningenpakket dient uiteraard qua omvang te worden afgestemd op de bevolkingsgroei en qua

samenstelling op de doelgroepen (ouderen, jongeren, gezinnen, allochtonen, enz.). Daarnaast kan Flevoland bovendien ontspanningsmogelijkheden bieden voor inwoners uit het nabijgelegen maar overvolle westen en midden van het land. Daarmee draagt de sector recreatie en toerisme niet alleen bij aan de leefbaarheid van het gebied, maar ook aan de werkgelegenheid.

De kwantiteit en de diversiteit aan toeristisch-recreatieve voorzieningen in Flevoland is thans nog relatief beperkt en vergroting van de variëteit en de capaciteit is noodzakelijk. Vanuit het particulier initiatief en van de zijde van partijen als de gemeenten, zijn reeds een groot aantal plannen gelanceerd om hieraan invulling te geven. In het Omgevingsplan is ontwikkelingsruimte voor recreatie en toerisme aangeduid in algemene termen.

Om ten behoeve van het BART en tevens ten behoeve van de uitwerking van het Omgevingsplan meer inzicht te krijgen in de voor recreatie en toerisme benodigde ontwikkelingsruimte is in 2002 een onderzoek gedaan. In het rapport 'Ruimte voor recreatie en toerisme' (april 2002) wordt aanbevolen om ook buiten de in het Omgevingsplan aangeduide 'zwaartepunten' en 'steunpunten' ruimte te reserveren voor recreatie en toerisme.

Omdat de ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden van de 'omgevingsplanlocaties' beperkt zijn (o.a. als gevolg van EHS en Vogelrichtlijn) en daardoor reeds gevestigde bedrijven geen of althans (zeer) beperkte uitbreidingsmogelijkheden meer hebben en omdat recreatie en toerisme het meestal moeten hebben van rustige, groene en natuurrijke plekken, beveelt het bovengenoemde rapport bij het vaststellen van de 'groene contouren' (Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening) het volgende aan:

- Neem bij het (eventueel) vastleggen van de groene contouren de positie van gevestigde toeristisch-recreatieve bedrijven in ogenschouw en creëer zo mogelijk 'ademruimte' rondom die bedrijven.
- Creëer duidelijkheid bij de voorgenomen uitwerking van het Omgevingsplan voor recreatie en toerisme ten aanzien van de 'beperkingen die ook gelden in nabijheid van de contour, voorzover de gevolgen van de ingrepen van betekenis zijn voor het gebied in de contour' (onder verwijzing naar deel III van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening).
- In relatie tot de provinciale ecologische hoofdstructuur wordt geadviseerd geen verdere generieke beperkingen te koppelen aan investeringsmogelijkheden in en nabij de EHS (knelpunten doen zich voor nabij Almere en Lelystad).
- Schenk extra aandacht aan ontwikkeling van bestaande (en in de toekomst mogelijk nieuwe) jachthavens en bedenk creatieve oplossingen – bijvoorbeeld bouwen op palen, of meebewegend met het water – om te voorkomen dat de uitbouwen van functies van een jachthaven die in enkele gevallen wenselijk zijn ter verbreding van het toeristisch product en noodzakelijk vanuit bedrijfseconomisch oogpunt onmogelijk worden als gevolg van het Europees natuurbeleid (Vogelrichtlijn) en/of het Rijksbeleid voor het waterbeheer (restricties aan niet-watergebonden buitendijks bouwen).
- Reserveer bij de uitwerking van het Omgevingsplan expliciet ruimte voor uitbreiding van de toeristisch-recreatieve bedrijvigheid. Dit komt met name aan de orde ten noorden van het bos langs het Veluwemeer, en in de zones Nuldernauw/Horsterwold en Nijkerkernauw/Hulkesteinse Bos, want juist langs de Randmeren doet zich de spanning tussen de EHS en de 'toeristisch-recreatieve hoofdstructuur' voelen.

Vanuit de analyse in het kader van het onderzoek naar de ruimte voor recreatie en toerisme gebleken dat het in het kader van een ontwikkelingsstrategie wenselijk is om ruimte te creëren voor onder andere:

- hotelontwikkeling, waaronder enkele in het landelijk gebied;
- een groter cultuuraanbod, met name nabij Almere;
- nieuwe jachthavencapaciteit op de reeds in het Omgevingsplan aangegeven en beoogde locaties;
- minimaal één extra golfbaan;
- een nationaal evenemententerrein, bij voorkeur in samenhang met een grootschalige dagattractie;
- horeca-aanbod binnen en buiten de steden en dorpen;
- bosaanleg, met name in Almere.

Andere aandachtspunten die het bovengenoemde rapport voor de ontwikkelingsstrategie noemt zijn:

- verbeter de kwaliteit van de recreatieve routestructuren door Flevoland, de toegankelijkheid van (natuur)gebieden en recreatieve langzaam verkeersroutes van en naar de stad; dit vraagt niet om veel extra ruimte, maar behoort wel tot de belangrijke ondersteunende acties:
- maak het agrarisch gebied interessanter door het ontwikkelen van recreatieve 'steunpunten';
- besteed met name in Zuidelijk Flevoland aandacht aan het aantrekkelijker maken van het buitengebied met behulp van aantrekkelijke routes, steunpunten en het selectief bieden van vestigingsmogelijkheden voor horeca;
- benut mogelijkheden voor meervoudig ruimtegebruik: recreatie en toerisme met waterberging, recreatie en toerisme met natuurontwikkeling, recreatie en toerisme met behoud van cultureel erfgoed, enz.
- maak op een lager schaalniveau gebiedsgerichte uitwerkingen voor ruimtelijke oplossingen en betrek daar het gevestigde bedrijfsleven bij om zo beter inzicht te krijgen in de uitbreidingsambities van die bedrijven op de kortere- en middellangetermijn.

Ten aanzien van fasering en volgorde beveelt het rapport over de recreatie- en toerismeruimte het volgende aan:

- Het creëren van nieuw bosareaal in Zuidelijk Flevoland vraagt expliciet om actie op korte termijn (2005).
- Het horeca-aanbod vertoont een zodanige relatieve achterstand dat het wenselijk is de eerste 10 jaar een versnelde groei na te streven.
- Een inhaaleffect op de hotelmarkt.

Daarbij hoort een overeenkomstige ruimtereservering. Voorts beveelt het rapport aan:

- Voor het overige (o.a. cultuur, 'sport en leisure') zal de bevolkingsontwikkeling sneller gaan dan de realisering van de voorzieningen ('time lag').
- Ter vergroting van de toeristische aantrekkingskracht is vooral een uitgebreider en gevarieerder aanbod nodig. Een beter imago is ook belangrijk, maar komt op de tweede plaats. Uitbreiding van campings, bungalowparken en hotels zal deels ook na 2010 moeten plaatsvinden.
- Er moeten vroegtijdig zones worden gereserveerd als zoeklocaties voor de realisering van nieuwe attracties.

Het rapport 'Ruimte voor recreatie en toerisme' adviseert tenslotte de volgende rolverdeling:

- de marktpartijen benutten de gereserveerde ruimte voor recreatie en toerisme;
- de overheden – provincie en gemeenten – moeten hiervoor ruimtelijke randvoorwaarden scheppen en onzekerheid rondom voorgenomen investeringen reduceren. Het vertalen van de resultaten van dit rapport naar concrete ruimtelijke vestigingsmogelijkheden is een belangrijke vorm van de reductie van die onzekerheid.

Uit de workshops van het 'werkatelier BART' is naar voren gekomen dat het in Flevoland met name ontbreekt aan samenhang. Dat kan op veel manieren worden opgepakt en ingevuld: gewerkt moet worden aan een recreatieve hoofdstructuur, een recreatieoverleg, het ontwikkelen van aanvullende toeristische producten, een gezamenlijke regiomarketing, recreatieve routes, enz. Een ander middel om die samenhang te bewerkstelligen is het creëren van steunpunten in het landelijk gebied. Dit wordt hieronder toegelicht. Elders in het BART wordt nader ingegaan op het belang van samenhang en de wijze waarop deze zal worden versterkt (zie ook 3.7 'Organisatie', 4.4 'Synergie met andere sectoren', 4.5 en 5.5 'Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken' en 6.2 'Organisatiestructuur').

Voor recreatie en toerisme is Flevoland vooral aan en over de randen van de provincie interessant. De aantrekkingskracht van het water en van de veelal daaraan grenzende bosgebieden is hier een bepalende factor. De huidige spreiding van recreatieve bedrijvigheid sluit hier vrijwel volledig op aan. Het gevolg is dat het hart van Flevoland voor de recreant niet erg aantrekkelijk is. In hoofdzaak zal dit beeld op langere termijn ook zo blijven. Toch is een verdere toeristisch-recreatieve invulling door het creëren van recreatieve steunpunten in het voornamelijk agrarische middengebied wenselijk. Met name voor de ontwikkeling van routegebonden recreatie (wandelen, fietsen enz.) is de beschikbaarheid van 'pleisterplaatsen' of (kleinschalige) doelbestemmingen wenselijk, zoals een pannenkoekenhuis, een speeltuin, een informatiecentrum enz. Dergelijke voorzieningen liggen in theorie op een knooppunt van routes voor fietsen en wandelen en zijn (uiteraard) tevens per auto bereikbaar. Het is belangrijk om hier voor de gehele provincie naar te kijken. In Oostelijk en Noordelijk

Flevoland zal het niet eenvoudig zijn voldoende recreatieve 'massa' voor de exploitatie van zo'n voorziening in het buitengebied te genereren. Wellicht zijn er mogelijkheden op de as Lelystad-Larservaart-Harderbos en de as Emmeloord-Kuinderbos (de 'corridor'). In Zuidelijk Flevoland liggen de grootste kansen gelet op de bevolkingsgroei. Dit gebied ziet er in 2030 wezenlijk anders uit dan nu. De noordostrand van Almere ligt dan bijvoorbeeld veel dichterbij het Horsterwold. Het ligt voor de hand te zorgen dat de uitbreiding van het 'blauwgroene raamwerk' van Almere in ieder geval met aantrekkelijke routes wordt vastgeknoopt aan het Horsterwold. Ook de driehoek bij de kruising Hoge Vaart - Gooise Weg - Nijkerkerweg is een mogelijk interessante locatie voor een dergelijk steunpunt. Ook langs de Vogelweg zijn mogelijkheden denkbaar. Samenvattend is het gewenst op selectieve wijze vestigingen in het buitengebied mogelijk te maken. Nader bezien moet worden of dit binnen het bestaande instrumentarium voor de ruimtelijke ordening te beïnvloeden valt. Om exploitatietechnische redenen zal dit vrijwel altijd in combinatie met andere economische functies moeten. Dat houdt in de praktijk in dat de functie landbouw of aanverwante bedrijfsvoering veelal gecontinueerd zal worden.

Niet alleen in het landelijk gebied maar ook op andere locaties verdient het aanbeveling om te zoeken naar functiecombinaties. Dat voorkomt versnippering en draagt bij aan de markttechnische haalbaarheid. Zo verdient het aanbeveling dat naast de impuls die door Bataviastad aan de Museumboulevard in Lelystad is gegeven, ook extra aanbod, in de sfeer van cultuur of leisure, wordt gecreëerd en dat de ruimtelijke kwaliteit (herkenbaarheid en beschutting) verbetert. Het stedelijk gebied gaat trouwens een steeds belangrijker rol spelen bij de invulling van de vrije tijd en het bijbehorende voorzieningenpakket. Naast de traditionele functies zoals recreatief winkelen, café's en restaurants, gaat het daarbij om zaken als theater, musea, concerten, galeries en exposities, bioscoop, uitgaan, flaneren, wandelen, skaten en fietsen langs boulevards, op pleinen en in parken en bezoek aan evenementen en festivals. Bij de concrete invulling van de ontwikkelingsstrategieën dient overigens het bedrijfsleven meer en vroegtijdig betrokken te worden om een beter zicht te krijgen op de uitbreidingsambities van die bedrijven op de kortere- en middellangetermijn.

Ten aanzien van de toekomst is er, althans in analytische zin en – zoals al eerder in hoofdstuk 1 uiteengezet – een tweedeling te maken: (1) de voor de recreatieve markt bestemde voorzieningen en (2) de toeristische markt bestemde voorzieningen. Het onderscheid tussen deze twee is niet ondubbelzinnig te maken. Ze staan in een nauwe relatie tot elkaar zoals hieronder wordt toegelicht.

Ad 1. De uitbouw van de recreatieve voorzieningen zal relatief snel (moeten gaan) verlopen omdat ze een afgeleide is van, en derhalve dient te sporen met, de bevolkingsgroei. Op een aantal onderdelen van de recreatieve markt is vroegtijdige actie gewenst, zoals het realiseren van nieuwe bossen in met name Zuidelijk Flevoland. Het is niet reëel te verwachten dat de achterstand in voorzieningen altijd kan worden ingelopen kan worden, ook al zijn soms inhaaleffecten te verwachten. Voor het overige zal de recreatieve markt met onder andere voorzieningen op het gebied van cultuur en 'sport en leisure' autonoom een enigszins vertraagde ontwikkeling vertonen ten opzichte van de bevolkingsontwikkeling. Die bevolkingsontwikkeling gaat tot 2010 zeer snel. Rekening houdend met het genoemde vertragingseffect is het aannemelijk dat rond 2015 ongeveer de helft van de gewenste en noodzakelijke aanvullende recreatieve voorzieningen kan zijn gerealiseerd. Het overige deel zal in 2030 gerealiseerd zijn c.q. moeten zijn.

Ad 2. Vergroting van de toeristische aantrekkingskracht van Flevoland kan een middel zijn om de ontwikkeling van de recreatieve voorzieningen te stimuleren c.q. te versnellen. Dit vergt in de eerste plaats een uitgebreider en gevarieerder aanbod van recreatieve en toeristische attracties en in de tweede plaats het verkrijgen van een toeristisch imago. Voor beide is tijd nodig. Uitbreiding van campings, bungalowparken en hotels voor de toeristische en de zakelijke markt zal daarom naar verwachting voor meer dan de helft van de geraamde capaciteitsuitbreiding in de periode na 2010 plaatsvinden. In de steden is behoefte aan parken, aan attractieve culturele voorzieningen, aan openbaar gebied dat aantrekkelijk is als verblijfsgebied, fiets- en wandelroutes, boulevards en oevers, evenementen en manifestaties met een bovenlokale uitstraling. Belangrijk is uiteraard dat het openbaar gebied vroegtijdig als zodanig bestemd wordt en niet ten offer valt aan woning- of utiliteitsbouw. Belangrijk is ook dat de stad een onderscheidend imago ontwikkelt waaraan herkenning mogelijk is.

Er is een categorie in het aanbod waarvoor het juiste investeringsmoment moeilijk is aan te geven (zoals bijvoorbeeld de vestiging van een nieuw attractiepark) maar waarvan het gezien de potentiële

impact wel de moeite waard is om vroegtijdig enkele zones te reserveren als potentiële ontwikkelingslocaties. In het Omgevingsplan is daarin op hoofdlijnen al voorzien. Het doen van nadere, concretere locatievoorstellen is een onderdeel van het Actieprogramma.

Samenvattend kan worden gesteld dat ten aanzien van de toekomst:

- in Zuidelijk Flevoland rekening moet worden gehouden met de grootste vraag naar recreatief-toeristische voorzieningen;
- het verstandig is hierop te anticiperen door reserveringen van ontwikkelingsruimte;
- daar waar nodig hiertoe aanvullende stimulerende maatregelen in te zetten;
- voor de toeristische ontwikkeling het aanbeveling verdient in te zetten op vergroting van de attractiviteit van Flevoland;
- een toeristisch imago dient te worden gevestigd;
- het stedelijk gebied attractiever moet worden, voldoende vrijetijdsvoorzieningen moet bieden en een aantrekkelijke openbare ruimte moet hebben (inclusief parken);
- ten behoeve van de vergroting van de samenhang in het gehele gebied; toeristische routes en verbindingen vanuit het stedelijk gebied dienen te worden gerealiseerd;
- in het landelijk gebied dienen recreatieve steunpunten verder te worden ontwikkeld.

3.4 RUIMTELIJKE VISIE: HET OMGEVINGSPLAN ALS PLANOLOGISCH KADER

Het in november 2000 vastgestelde Omgevingsplan fungeert voor de sector recreatie en toerisme in de provincie Flevoland ook als het planologisch kader. Voor de nadere visievorming in het kader van het BART biedt het Omgevingsplan derhalve een essentieel vertrekpunt dat om nadere invulling en toetsing vraagt. In het Omgevingsplan staat onder meer aangegeven waar welke vormen van recreatie en toerisme verder ontwikkeld kunnen worden. Er worden vijf soorten recreatielocaties onderscheiden: (1) de recreatiezwaartepunten, (2) de recreatiesteunpunten, (3) de recreatiezones, (4) de recreatieve verbindingzones en (5) de stedelijke recreatie- en toerismezones. Per soort wordt in het onderstaande aangegeven welke specifieke vorm van recreatie en toerisme daar mogelijk zijn.

3.4.1 RECREATIEZWAARTEPUNTEN

De recreatiezwaartepunten bieden ruimte aan de vestiging van grootschalige intensieve toeristische activiteiten, zoals op het gebied van verblijfsrecreatie, intensieve dagrecreatie (waaronder pretparken, dierentuinen, golfbanen) en watersport. Daarnaast wil de provincie incidenteel bij jachthavens in zwaartepunten voor recreatie een mogelijkheid bieden voor aanvullende buitendijkse bebouwing. De ontwikkeling van verblijfsaccommodaties op stranden en voorlanden is in principe ongewenst, met het oog op de belangrijke dagrecreatieve functie van deze terreinen en het zicht vanaf het water.

Een uitzondering hierop kan worden gemaakt voor gebouwde voorzieningen zoals hotels en appartementen voorzover deze zijn gesitueerd in recreatiezwaartepunten en passen bij het daarvoor gewenste karakter. In dit verband kan bijvoorbeeld worden gedacht aan bij jachthavens aansluitende bebouwing. Het permanent bewonen van verblijfsrecreatieve accommodaties dient in recreatiezwaartepunten echter te worden voorkomen.

Nieuwe vestigingen van intensieve vormen van recreatie dienen buiten de EHS én de PEHS te worden gesitueerd. Om duidelijkheid te scheppen met betrekking tot de ruimtelijke randvoorwaarden bij recreatief-toeristische ontwikkeling is besloten tot een uitwerking van het Omgevingsplan op dit onderwerp (zie 3.4.6 'Ruimtelijke uitwerking').

[Hier in eindpublicatie hier de themakaart 'recreatie en toerisme' uit het Omgevingsplan opnemen]

3.4.2 RECREATIESTEUNPUNTEN

Recreatiesteunpunten zijn locaties waar monofunctionele, toeristisch-recreatieve ontwikkelingen op kleinere schaal mogelijk zijn. Het Omgevingsplan gaat niet nader in op welke soorten toeristisch-

recreatieve ontwikkelingen al dan niet mogelijk zijn. Wel wordt in het Omgevingsplan impliciet aangegeven dat in bepaalde recreatiesteunpunten en onder bepaalde voorwaarden (niet bij stiltegebieden, natuurgebieden, bewoningskernen, andere gebieden voor toerisme en recreatie) lawaaiproducerende sporten mogelijk zijn, waaronder bij Lelystad Business Airport. Nieuwe vormen daarvan mogen plaatsvinden binnen de huidige daarvoor aangewezen inrichtingen. Uitbreiding van lawaaige recreatieactiviteiten is mogelijk binnen het recreatiesteunpunt nabij Lelystad Business Airport en binnen de vastgestelde geluidszone (zie ook de vastgestelde 'Beleidslijn lawaaiproducerende buitensporten').

3.4.3 RECREATIEZONES

Ter bevordering van de samenhang zijn recreatiezones aangewezen. Binnen de recreatiezones wordt gestreefd naar grotere thematische samenhang, complementariteit en kwaliteitsverbetering van zwaartepunten, steunpunten en recreatieve verbindingzones. Recreatiezones zijn vrij abstract en hebben geen ruimtelijke begrenzing.

In het Omgevingsplan worden diverse algemene uitspraken ten aanzien van recreatie en toerisme gedaan, die (ook) in de recreatiezones van toepassing zijn. Zo is het van belang dat het openbare karakter van de stranden en voorlanden behouden blijft en dat wordt gestreefd naar versterking van kwaliteit en diversiteit wat betreft de gebruiksmogelijkheden. De ontwikkeling van verblijfsaccommodaties op stranden en voorlanden is in principe ongewenst, met het oog op de belangrijke dagrecreatieve functie van deze terreinen en het zicht vanaf het water. Tevens is het beleid er in het algemeen op gericht om mogelijkheden voor recreatief medegebruik en een daarop afgestemde inrichting te behouden en te versterken indien de belangen van de hoofdfunctie dat toelaten. Bij nieuwe ontwikkelingen in het landelijk gebied dienen de mogelijkheden voor recreatief medegebruik, zowel naar aard als omvang, mede te worden betrokken.

Het is zinvol om aan iedere recreatiezone een thema te verbinden dat het hoofddaccent aangeeft (natuur/rust/stilte; watersport, etc), zodat het plaatsingsbeleid voor nieuwe (vormen van) recreatieve en toeristische voorzieningen verhelderd wordt.

3.4.4 RECREATIEVE VERBINDINGSZONES

Recreatieve verbindingzones zijn zones die een (recreatieve) verbinding leggen tussen recreatiezones. De realisering, versterking en waar mogelijk verbinding met nationale routestructuren, van routestructuren voor fietsen, wandelen, paardrijden en varen, staat in deze gebieden centraal. Daarbij wordt op beperkte schaal de gelegenheid geboden tot realisering van kleinschalige dagrecreatieve voorzieningen (uitspanningen, theehuizen, fiets- en kanoverhuurbedrijven), kleinschalige logiesvormen (bed & breakfast, kamperen bij de boer) en andere toeristisch-recreatieve diensten, zoals verkoop van eigen gekweekte of vervaardigde producten of verkoop van producten met een directe binding aan bepaalde toeristisch-recreatieve voorzieningen in het landelijk gebied. De binnenwateren van Flevoland vormen een uitgebreid net van vaarten en tochten met recreatieve betekenis als zwemwater, viswater en vaarwater. De aantrekkelijkheid van het vaarwegennet voor de recreatievaart kan worden verbeterd door vergroting van de rondvaarmogelijkheden en het aantal openbare locaties waar aangelegd kan worden, het aantal vaardoelen en het aantal verbindingen met het buitenwater.

3.4.5 STEDELIJKE RECREATIE EN TOERISME

Ontwikkeling van omvangrijke nieuwe dagrecreatieve attractiepunten (zoals themaparken en musea) kan plaatsvinden in of nabij stedelijke gebieden op locaties die goed zijn ontsloten met openbaar vervoer. Almere en Lelystad genieten als vestigingsplaats voor (boven-) regionale voorzieningen de voorkeur. Het draagvlak voor intensieve voorzieningen wordt sterk vergroot doordat zowel de eigen inwoners als mensen van buiten de provincie gebruik maken van dergelijke voorzieningen, zoals shoppingcentra, boulevards, themaparken, sportvoorzieningen, musea en cultuurvoorzieningen. De uiteindelijke realisatie van voorzieningen is een taak voor de gemeenten al dan niet in samenwerking

met ondernemers. Het totstandkomen ervan wordt door de provincie gestimuleerd middels het subsidiëren van initiatieven van gemeenten, particulieren en andere organisaties.

Vestiging van detailhandel dient uitsluitend te worden geacommodeerd binnen verstedelijkte of te verstedelijken gebieden. Nieuwe golfbanen worden bij voorkeur gesitueerd bij stedelijke gebieden of in de recreatiezwaartepunten.

In stedelijk gebied kan het creëren van plassen voor waterberging gecombineerd worden met recreatie, natuur of wonen. Ook andere functiecombinaties met recreatie en toerisme zijn binnen het stedelijk gebied wenselijk.

De ontwikkeling van de kuststroken van Lelystad, Almere en Zeewolde wordt ondersteund. Het gaat om stedelijke, culturele en toeristisch-recreatieve functies in combinatie met watersport.

3.4.6 RUIMTELIJKE UITWERKING

Doelstelling ruimtelijke uitwerking

In het Omgevingsplan wordt de uitwerking van het beleid ten aanzien van recreatief toeristische ontwikkelingen mede in relatie met de Provinciale Ecologische Hoofdstructuur aangekondigd. Meer gedetailleerd stelt het Omgevingsplan (p. 158) dat in de ruimtelijke uitwerking de begrenzing van de recreatiezwaartepunten gelegen in of nabij de provinciale ecologische hoofdstructuur nader moet worden gezien. Het gaat daarbij om de volgende tien recreatiezwaartepunten: Hulkesteinse Bos, Horsterwold, Harderbos, Bremerberg, Bremerbergse Hoek, Spijk, Ketelhaven, Voorsterbos, Kuinderbos en Casteleynsplas.

In dat kader wordt gekeken naar wat de mogelijkheden zijn voor verdere ontwikkelingsrichtingen, invulling en inpassing van recreatiezwaartepunten die in of nabij de EHS liggen, waarbij het opstellen van een richtlijn voor intensieve en extensieve recreatie overwogen wordt.

Hierbij is het uitgangspunt dat er gestreefd wordt naar een zodanige begrenzing, invulling en inpassing van recreatiezwaartepunten binnen of nabij de (P)EHS, dat voor beide vormen van ruimtegebruik sprake is van kwaliteitsbehoud en –verbetering. Hierdoor kan worden voorkomen dat door recreatie en toerisme delen van de EHS aangetast worden of dat recreatieve en toeristische ontwikkelingen nabij de EHS worden belemmerd.

Toelichting ruimtelijke uitwerking

Bij de tien recreatiezwaartepunten die in of nabij de (P)EHS liggen, worden conform het Omgevingsplan strengere eisen gesteld aan de invulling dan aan recreatiezwaartepunten die niet in of bij de (P)EHS liggen. Voor alle recreatiezwaartepunten geldt dat de (nieuwe) intensieve vormen van recreatie en toerisme in het recreatiezwaartepunt niet in de bestaande of nog te ontwikkelen PEHS mogen worden geplaatst en dat uitstraling (of externe werking) van recreatie en toerisme in de PEHS moet worden voorkomen. Concreet houdt dit in dat zonering binnen de recreatiezwaartepunten (bijvoorbeeld door middel van inrichting en beheer- en onderhoudsmaatregelen) een mogelijke oplossingsrichting biedt. Daarnaast valt te denken aan oplossingsmogelijkheden als de 'goede recreatiepraktijk' (inpassing of aanpassing recreatiebedrijf; landschappelijke inpassing, natuurgerichte recreatie) en mogelijk ook clustering van bedrijven.

Doel van de richtlijn voor intensieve en extensieve vormen van recreatie en toerisme is om dit onderscheid nader te definiëren.

Om aan te kunnen geven of bepaalde vormen van recreatie en toerisme intensief dan wel extensief zijn moet gekeken worden naar de ruimtelijke neerslag van die activiteiten, dus de voorzieningen (zoals bebouwing, infrastructuur etc.). Er wordt een driedeling gemaakt: extensief, grijze zone en intensief. Uiteindelijk heeft de richtlijn tot doel om de ontwikkeling van recreatiebedrijven volgens het ruimtelijke beleid zoals omschreven in het Omgevingsplan mogelijk te maken.

Conform het Omgevingsplan is de inpassing van een mogelijk nieuwe grootschalige toeristisch-recreatieve locatie in de recreatiezone langs het Veluwemeer. De nadere plaatsbepaling daarvan kan geschieden op basis van een uitwerking van het Omgevingsplan, waarbij de bereikbaarheid en ontsluitingsmogelijkheden met openbaar vervoer een belangrijke rol spelen.

3.5 UITWERKING IN REGIOKARAKTERISTIEKEN NOORD, OOST, ZUID EN WATER

De bovenstaande toekomstvisie wordt in 3.5.1 t/m 3.5.4 gebiedsgericht uitgewerkt in een visie voor de geografische deelgebieden 'Noord', 'Midden', 'Zuid' en 'Buitendijkse wateren'. Deze indeling is gebaseerd op het Omgevingsplan. Per deelgebied zijn combinaties gemaakt van elementen uit de 3 eerder in het BART-proces ontwikkelde toekomstscenario's (zie Nota Verkenningen BART). Daarbij is enerzijds aansluiting gezocht bij het Omgevingsplan en anderzijds het 'gebiedseigene', tot uitdrukking komend in het huidige karakter van het betreffende deelgebied. In samenhang daarmee zijn aansluitende ambities toegevoegd.

Zoals in 3.1 reeds toegelicht werd, biedt een gebiedsgerichte uitwerking de kapstok om de afstemming met andere relevante beleidslijnen van de provincie te waarborgen alsmede de aansluiting op het omgevingsplan te optimaliseren.

3.5.1 DEELGEBIED 'NOORD'

Het relatief kleinschalige, landelijke gebied van Noordelijk Flevoland zal, naast landbouwactiviteiten, plaats bieden aan extensieve en kleinschalige recreatie en toerisme, waarbij het accent ligt op recreatief medegebruik (Orchideeënhoeve) en toeristische nevenactiviteiten (Bed-and-Breakfast, kamperen bij de boer, verkoop van eigen agrarische producten). De recreatieve locaties zullen beter met elkaar en met de woonkernen in verbinding worden gebracht, waarbij ook aandacht is voor aansluiting op nationale routestructuren. De vaarten moeten een belangrijke functie kunnen spelen voor de recreatievaart in het binnenwater en als verbinding tussen de dorpen van de NOP en het IJsselmeer en het Vollenhovermeer.

In overeenstemming met de in het Omgevingsplan aangeduide 'recreatiezwaartepunten' zal in de Oostrand van de Noordoostpolder, bij Lemmerbaai/Rutten en bij Schokkerhaven plaats zijn voor meer intensieve recreatie. In het geval van de Oostrand is dat landgebonden recreatie, in die andere twee gevallen is dat watergebonden recreatie.

De recreatievoorzieningen bij de dorpen (o.a. in de 'recreatiesteunpunten') zullen vooral gericht zijn op de eigen bevolking, waarbij het accent ligt op groene uitloopgebieden nabij de dorpen. Het dorp Nagele zal ook nadrukkelijker plaats bieden aan cultuurtoerisme (expositie 'Het nieuwe bouwen'). Ook bij Schokland zal het cultuurtoerisme zich verder gaan ontwikkelen, zij het dat daar beperkingen liggen ten aanzien van de schaalgrootte.

Emmeloord zal nadrukkelijker een centrumfunctie vervullen voor de omliggende kernen. Meer intensieve (dag)recreatie zal daarom vooral bij Emmeloord gesitueerd kunnen worden. Tevens zullen zoveel mogelijk in samenhang daarmee, de recreatievoorzieningen voor de eigen bevolking uitgebreid worden.

Een belangrijke ontwikkelings-as is de 'recreatieve ontwikkelingszone' tussen Emmeloord en Kuinre. Als zogenaamde 'corridor' is daarvoor in het kader van het gebiedsgericht beleid een visie ontwikkeld. Ook bij Urk zal plaats zijn voor enige verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme, onder andere door de ontwikkeling van stranden en voorlanden bij de ondiepte ten noorden van Urk. Het Ketelmeer is een voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme belangrijk gebied met Schokkerhaven als 'recreatiezwaartepunt'.

De recreatieve ontwikkelingszone rond Rutten ('Lemsterbaai') moet vooral gezien worden als een reservering voor de lange termijn, waarbij 'overloop'-effecten vanuit Zuidwest Friesland een rol zullen spelen.

3.5.2 DEELGEBIED 'MIDDEN'

Bij Lelystad is de recreatie niet alleen gericht op de eigen bevolking (bijvoorbeeld in de vorm van groenstructuren), maar ook op de bovenlokale en bovenregionale vraag. Meer intensieve (dag)recreatie zal daar gesitueerd kunnen worden. Het 'recreatiezwaartepunt' 'kustzone' van Lelystad is voor verdere recreatieve ontwikkeling een geschikte locatie, waardoor ook de kwaliteit en aantrekkingskracht van de stad versterkt worden.

Intensieve vormen van recreatie en toerisme vinden ook hun plek in de Randmeerzone van Oostelijk Flevoland (3 recreatiezwaartepunten voor land- en waterrecreatie), met extra ruimte voor een attractieve vestiging. Versterking en waar mogelijk uitbreiding van bestaande recreatiewaarden, in onderlinge samenhang met natuurwaarden, staan hier voorop. In de Randmeerzone van Oostelijk Flevoland is verder een aantal 'steunpunten' gesitueerd, binnen de 'recreatieve ontwikkelingszone' en langs de 'recreatieve verbindingzone'. In de Randmeerzone is plaats voor landgoedontwikkeling, waarmee woonmilieudifferentiatie en een aantrekkelijk gebied voor recreatief medegebruik ontstaan. Ketelhaven biedt plaats aan intensieve vormen van waterrecreatie, waarbij buitendijkse verblijfsrecreatie in Ketelhaven mogelijk is onder stringente randvoorwaarden.

De recreatieve ontwikkelingszone vanaf Lelystad richting Randmeren biedt tal van mogelijkheden en aanknopingspunten voor een samenhangende ontwikkeling in aansluiting op de reeds bestaande ontwikkelingen rond Lelystad Business Airport, het Natuurpark Lelystad, het Larserbos en de LF21.

Het landelijk gebied van 'Midden' zal, naast landbouwactiviteiten, plaats bieden aan extensieve en kleinschalige recreatie en toerisme, waarbij het accent ligt op recreatief medegebruik en toeristische nevenactiviteiten (Bed-and-Breakfast, kamperen bij de boer, verkoop van eigen agrarische producten). Ook land-art geeft aanknopingspunten voor recreatie en toerisme. De recreatieve locaties zullen beter met elkaar en met de woonkernen in verbinding worden gebracht, waarbij ook aandacht is voor aansluiting op nationale routestructuren en het verbeteren van de kwaliteit en samenhang van de vaarten.

De recreatievoorzieningen bij de drie dorpen zal vooral gericht zijn op de eigen bevolking, waarbij het accent ligt op groene uitloopgebieden nabij de dorpen Swifterbant en Biddinghuizen. Bij Dronten heeft de recreatie wel een bovenlokaal karakter.

3.5.3 DEELGEBIED ZUIDELIJK FLEVOLAND

Zuidelijk Flevoland biedt vooral plaats aan intensieve, grootschalige en/of stedelijke vormen van recreatie en toerisme. Langs de randmeren is plaats voor land- en watergebonden vormen van recreatie en toerisme (bijvoorbeeld in de 'recreatiezwaartepunten' in de 'recreatieve ontwikkelingszones' rond de Eemhof, de stranden en de bossen).

In Almere (drie 'recreatiezwaartepunten') is plaats voor intensieve vormen van lokale, regionale en bovenregionale dagrecreatieve attractiepunten en uitbreiding van de recreatievoorzieningen, bijvoorbeeld bij de kuststroken. Buitendijkse stedelijke ontwikkelingen dienen voldoende ruimte te laten voor openbaar toegankelijke stranden als recreatieve basisvoorziening voor de snel groeiende stad. De meer extensief benutte ruimten tussen verschillende kernen van Almere vormen belangrijke samenhangende recreatieve en ecologische zones, die behouden moeten blijven.

Bij het dorp Zeewolde is de ontwikkeling van recreatie meer dan in Almere gericht op de eigen bevolking, alhoewel de kuststrook zich leent voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in combinatie met stedelijke functies. Zeewolde vormt, met het paviljoen van 'De verbeelding' en de Kunstbaan, een zwaartepunt in 'land-art'; op diverse plekken ook in Zuidelijk-Flevoland zijn land-art objecten te zien.

Specifieke aandacht dient te worden besteed aan het beter met elkaar en met de woonkernen te verbinden van recreatielocaties, waarbij er ook aandacht is voor aansluiting op nationale routestructuren.

Het relatief grootschalige, agrarisch ingerichte middengebied van Zuidelijk Flevoland leent zich minder goed voor de ontwikkeling van extensieve of kleinschalige vormen van recreatie en toerisme in het

landelijk gebied. In de bossen bij Zeewolde zijn wel geschikte locaties voor extensieve of kleinschalige vormen van recreatie en toerisme en de randen van de Oostvaardersplassen zijn geschikt voor routestructuren en het benutten van mogelijkheden voor natuurgerichte recreatie en toerisme in de educatieve sfeer.

3.5.4 DEELGEBIED BUITENDIJKSE WATEREN

De buitendijkse wateren moeten hun multifunctionele karakter behouden, waarbij (drink)watervoorziening, natuur, recreatie en toerisme en transport de ruimtelijke hoofdfuncties vormen.

Recreatieve ontwikkeling dient vooral plaats te vinden in het zuidelijke deel van het IJsselmeer, met een uitstraling naar het westelijk deel van het Ketelmeer, met het accent op de kust van Lelystad en in beperkte omvang bij Urk en Trintelhaven (halverwege de dijk Enkhuizen-Lelystad). Recreatief-toeristische ontwikkelingen in het Markermeer kunnen met name plaatsvinden binnen de directe stedelijke invloedssfeer van Lelystad en Almere ('recreatiezwaartepunt' Almere-Pampus en in beperkte omvang bij de locatie Blocq van Kuffeler.

Bij Lelystad en Almere wordt gestreefd naar buitendijkse stedelijke ontwikkelingen. Deze verhogen de aantrekkelijkheid voor het recreatievaarverkeer.

De beoogde ruimtelijke ontwikkeling in de randmeren vanaf het Gooimeer tot en met het Kadoelermeer dient zich te richten op de functies recreatie en natuur. De randmeren vormen een belangrijk watersportgebied en maken deel uit van het nationale basistoervaartnet. Intensieve recreatieve ontwikkelingen kunnen plaatsvinden in de bredere delen van de randmeren, terwijl in de smallere delen de natuurfunctie het primaat heeft.

3.6 MARKETINGVISIE

Positionering en beeldvorming

De SWOT-analyse (zie 2.2.5) en het door ZKA Beleid & Advies opgestelde rapport 'Naar een sterk merk Flevoland' vormen de belangrijkste bouwstenen voor de positionering en beeldvorming van het toeristisch-recreatief product Flevoland. Beide bouwstenen zijn tot stand gekomen in een intensief interactief proces met betrokken partijen en genieten dus breed en stevig draagvlak.

Op basis van een aantal gebiedseigen en dus unieke karakteristieken wordt het Flevolands toeristisch-recreatieve product in de markt gezet en vermarkt als een duidelijk herkenbaar, zich van de concurrerende toeristische regio's onderscheidend product. Het gaat er daarbij vooral om een regiospecifieke inkleuring aan het product Flevoland te geven als een door mensenhanden gemaakt gebied, met een bijzondere ontstaansgeschiedenis met een bijhorende stedenbouwkundige en landschappelijke inrichting die uniek is en waardoor het zich onderscheidt van concurrerende regio's. Kort gezegd zijn de hoofdkenmerken van het Flevolandse imago de aanwezigheid van:

- water, natuur, ruimte, weidsheid;
- contrasten;
- scheppingsverhaal, pioniers, onafhankelijke instelling, no-nonsense-instelling.

In meer literaire termen: Flevoland is een waterrijk en op het water veroverd gebied met een karakteristiek Zuiderzeestadje, een voormalig eiland, grootschalige landbouw en nieuwe steden en dorpen die hun ontstaansmoment duidelijk laten zien.

Het toeristisch imago moet in overeenstemming zijn met de voor Flevoland kansrijk geachte marktsegmenten waterrecreatie, natuurrecreatie, (dag)attracties en zakelijk toerisme. Het zakelijk toerisme zal zich vooral in de naaste toekomst kunnen ontwikkelen als hiervoor de noodzakelijke congres-, vergader- en hotelaccommodaties beschikbaar zijn gekomen. Flevoland zal zich positioneren als een aantrekkelijk gebied, geschikt voor een dagtoeristisch bezoek, een kort of langer verblijf en een geschikte locatie voor zakelijke bijeenkomsten

De marketinginspanning zal gefocust worden op genoemde marktsegmenten, waarbij een geïntegreerde afstemming tussen enerzijds productontwikkeling en anderzijds imago-ontwikkeling

wordt voorgestaan. De beeldvorming over het Flevolands toeristisch-recreatief product zal gestoeld zijn op een geloofwaardige communicatie, waarbij met name de typisch Flevolandse sfeer (ruimte, strakke landschapslijnen, landschap, vergezichten) tot uitdrukking wordt gebracht in brochures, op internetsites en andere promotionele uitingen.

Zoals eerder werd aangegeven, beschikt Flevoland nog steeds niet over een duidelijk toeristisch profiel en geldt nog niet als een 'must'-bestemming. Een krachtig instrument om Flevoland op onderscheidende wijze in de markt te positioneren en te profileren is het zogenaamde 'branding'⁵, waarbij gebruik wordt gemaakt van een combinatie van producteigenschappen en daarmee verbonden emotionele waarden (exclusiviteit, belevingswaarde, originaliteit). Doel hiervan is een hoge mate van 'koopbereidheid' en 'merkentrouw' te genereren met behulp van 'emotiemarketing'. Een dagbezoek aan Flevoland, het doorbrengen van een vakantie of kort verblijf, het bezoeken van een publieksevenement (Low Lands festival) of het bijwonen van een congres in Flevoland, moet een toegevoegde belevingswaarde (gevoelswaarde) teweegbrengen bij relevante doelgroepen: toerist, recreant of zakelijk bezoeker.

De beschikbaarheid van een attractief op de wensen en behoefte van de klant toegesneden toeristisch-recreatief product (natuurschoon, de aanwezigheid van rust en ruimte, water, publieksattracties, steden, musea etc.) is van groot belang, alsmede complementaire aspecten als gastheerschap, service, bereikbaarheid, veiligheid, alsmede de aanwezigheid van horeca, winkels, attracties.

3.7 VISIE OP DE ORGANISATIE VAN DE SECTOR RECREATIE EN TOERISME

Voor een effectief beleid is een vruchtbaar, resultaatgericht samenspel nodig tussen de bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme betrokken partijen, zowel vanuit de markt als vanuit de overheid. De provincie gaat ervan uit dat er in principe voldoende organisaties zijn in Flevoland en dat er geen behoefte is aan nieuwe. Wel is belangrijk dat bundeling van krachten verkregen wordt. Daartoe is samenwerking van de bestaande organisaties een beter middel dan het in het leven roepen van een nieuwe organisatie. Een belangrijk middel daartoe zal zijn het maken van bindende afspraken tussen betrokken organisaties en het contractueel vastleggen daarvan. In paragraaf 4.6 en in het Actieprogramma (hoofdstuk 5) zijn concrete voornemens in dezen opgenomen.

⁵ het geven van een merknaam aan het product 'Flevoland'

4 Strategiebepaling

4.1 INLEIDING

Om de hoofddoelstelling (realisering van een vitale, sterke en duurzame sector recreatie en toerisme, zie hoofdstuk 1, paragraaf 1.1) te kunnen bereiken, is een achterliggende strategie noodzakelijk. Bij de bepaling van die strategie zijn een aantal invalshoeken gehanteerd, resulterend in vijf deelstrategieën, waarbij het niet alleen gaat om de economische kant, maar ook om de integratie en raakvlakken met andere sectoren en beleidsterreinen. Er is een deelstrategie bepaald voor achtereenvolgens: (a) het product, (b) de markt, (c) de raakvlakken met andere sectoren, (d) de organisatorische kant en (e) de randvoorwaarden vanuit de volgende beleidsmatige invalshoeken, namelijk de randvoorwaarden vanuit: (1) ruimtelijke ordening, (2) milieu en duurzaamheid, (3) bereikbaarheid, (4) veiligheid en gezondheid en (5) economische randvoorwaarden.

De vijf strategieën zijn onlosmakelijk verbonden met elkaar. Steeds wordt het centrale doel gediend, te weten het (op een evenwichtige manier) benutten van de groeipotentie van het gebied.

Belangrijk uitgangspunt bij de acties is dat deze opgezet zijn vanuit een marktgerichte benadering, teneinde te voorkomen dat bijgedragen wordt aan productvorming waarvoor geen of te weinig vraag is. Bij die marktbenadering wordt veel aandacht besteed aan de wijze waarop Flevoland zich kan onderscheiden. Het 'gebiedseigene' staat daarbij centraal, conform de resultaten van het onderzoek en het uitgangspunt verwoord in 3.6 'Marketingvisie'.

Een ander belangrijk uitgangspunt bij de keuze van stimuleringsmaatregelen is het verbeteren van randvoorwaarden (in de betekenis van basiscondities), met andere woorden: voorwaardenscheppend investeren. Dit houdt in dat bestaande randvoorwaarden (basiscondities), bijvoorbeeld op het gebied van ruimtelijke ordening en bereikbaarheid, waar mogelijk versterkt worden.

Anderzijds zijn er randvoorwaarden die beperkingen opleggen en die niet veranderd kunnen of mogen worden, bijvoorbeeld zoneringsprincipes, bepalingen op het gebied van permanente bewoning van recreatiewoningen, milieubepalingen, enz. Het is voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme belangrijk dat die randvoorwaarden helder en duidelijk zijn en goed gecommuniceerd worden. Dit wordt ook door de marktsector onderstreept. Die vindt dat de Provincie Flevoland enerzijds ambities moet hebben ten aanzien van ontwikkeling, maar anderzijds duidelijk moet zijn in de mogelijkheden, onmogelijkheden, regels en andere beperkende randvoorwaarden.

Hieronder wordt nader ingegaan op de vijf strategieën (a t/m e) die in 4.2 t/m 4.6 afzonderlijk worden toegelicht.

Strategieën

- a Productontwikkeling en innovatie
 - b Promotie en imagooversterking integreren in gebiedsmarketing
 - c Synergie van recreatie en toerisme met andere sectoren
 - d Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken
- Basiscondities versterken (Ruimtelijke ordening, Milieu en duurzaamheid, Bereikbaarheid en toegankelijkheid van voorzieningen, veiligheid en gezondheid, Economische randvoorwaarden)

4.2 PRODUCTONTWIKKELING EN INNOVATIE (strategie a)

Het 'waarmaken van de bedrijven opvangfunctie' voor de Randstad en de aangrenzende gebieden rond Flevoland zal – voorzover daarmee een aantrekkelijk palet van toeristische voorzieningen kan worden gecreëerd – een nieuwe impuls kunnen geven aan de toeristisch-recreatieve infrastructuur, omdat daardoor het aanbod als geheel versterkt wordt. Verder worden – waar nuttig en mogelijk –

aanvullingen op het voorzieningenniveau gestimuleerd, met name daar waar achterstanden zijn geconstateerd (zie 3.3 'Conceptualisering ontwikkelingsvisie', 3.4 'Ruimtelijke visie' en 3.5 'Uitwerking in regiokarakteristieken').

De versterking van de werkgelegenheid is ook gebaat bij het verbeteren van de productiviteit en het productiemilieu. Een kwaliteitssprong met betrekking van het bestaande aanbod van recreatieve voorzieningen en routes, het verbeteren van samenhang, het thematiseren en het verhogen van de belevingswaarde dragen hieraan bij en zullen gestimuleerd worden. Flevoland is een expansief, innoverend ontwikkelingsgebied, waar ruimte is voor creatief ondernemerschap, met name in de toeristisch-recreatieve sectoren. Het gaat hierbij om: productkwaliteit verbeteren, variatie en aanbod completeren, nieuwe productmarktcombinaties creëren, kwaliteit van randvoorwaarden verbeteren; zie ook 4.2.3 voor functiecombinaties.

De verbetering van het product, ondermeer door innovatie, is gericht op het realiseren van een attractief, kwalitatief hoogwaardig, gevarieerd, goed toegankelijk en bereikbaar aanbod van toeristisch-recreatieve voorzieningen in Flevoland, afgestemd op de wensen van de Flevolandse bevolking en toeristen van buiten Flevoland. Daardoor en mede als gevolg van de – overigens nog niet definitief vastgestelde – verstedelijkingsopgave (60.000- 70.000 inwoners extra tot 2030), tezamen met het inlopen van achterstanden, kan en zal de sector zich in Flevoland sneller ontwikkelen dan in de rest van Nederland.

4.2.1 PRODUCTONTWIKKELING

In zijn algemeenheid wordt bij de productontwikkeling vanuit het BART veel waarde gehecht aan bij die recreatief-toeristische producten die het 'gebiedseigene' van Flevoland versterken of daarbij aansluiting zoeken (zie ook 3.6 'Marketingvisie'). Conform de uitkomsten van het 'ZKA-rapport' gaat het daarbij om thema's als: 'water, natuur, ruimte, weidsheid', 'contrasten' en 'scheppingsverhaal'. Het product moet als het ware passen in het 'verhaal' van Flevoland en onderdeel zijn van een 'betekenisvolle emotie' bij de consument. Ook op die manier komt er samenhang in het recreatief-toeristisch aanbod in Flevoland (zie ook 4.3 'Promotie en imago versterking integreren in gebiedsmarketing' en 4.5 'Krachtenbundeling en organiserend vermogen versterken'). Een voorbeeld is het project 'Pionierspad'. Dit is een langeafstandswandelroute door Flevoland. Dit pad vertelt het verhaal van de ontstaansgeschiedenis van Flevoland.

Eerder is geconstateerd dat, teneinde de positie van Flevoland op de markt van recreatief-toeristische producten te behouden en zelfs te versterken, het noodzakelijk is dat geïnvesteerd wordt in kwaliteit en productverbetering. Dit dient te gebeuren op basis van strategische product/marktkeuzen (zie ook 3.6 'Marketingvisie').

Omdat het aanbod in de sector recreatie en toerisme bestaat uit een samengesteld product (zie ook 6.1 'Inleiding instrumentarium en organisatie') is het van belang dat er onderlinge afstemming is tussen de aanbieders. Onderlinge communicatie is daarvoor het belangrijkste middel. De brancheorganisaties kunnen daarbij een rol spelen. Hoe groter de afstemming, hoe sterker de (bestemmings-)regio. Zonder dat het gebied 'van alle markten thuis' hoeft te zijn, is het van belang dat het aanbod compleet is. Waar in dit samengestelde product onderdelen ontbreken, dienen deze te worden ingevuld. Dit wordt toegelicht aan de hand van een aantal voorbeelden.

In Flevoland zijn bijvoorbeeld opvallend weinig hotels aanwezig. Meer hotels zouden kunnen bijdragen aan de verblijftijd van de toeristen. Het is in dat geval belangrijk dat de oorzaken van die achterstand achterhaald worden en bekeken wordt op welke wijze aanvulling van de hotelcapaciteit mogelijk is. In dit voorbeeld is het gezamenlijke belang dat de verblijftijd van de toerist in Flevoland verlengd wordt. Dit heeft een positief effect op de bestedingen in het gebied. De vestiging van een sauna maakt campings aantrekkelijker. De realisering van een kunstsneeuwhal houdt de toeristen langer in het gebied.

Er zijn allerlei manieren om het gebied interessanter te maken voor passanten en de verblijfstijd te verlengen. Een ervan is een systeem van 'gereguleerde overnachtingplaatsen'⁶ voor de gebruikers van kampeerauto's ('campers'). Het aantal toeristen dat de kampeerauto als vervoermiddel gebruikt, stijgt. Deze gasten in Flevoland maken gebruik van de kampeerterreinen, maar hebben daarnaast behoefte aan mogelijkheden om op andere plaatsen te overnachten. In de kampeerauto zijn de daarvoor noodzakelijke sanitaire voorzieningen voorhanden. Aan deze behoefte kan worden tegemoet gekomen door het stimuleren dat gemeenten plaatsen aanwijzen waar dit overnachten buiten kampeerterreinen is toegestaan. Voorzieningen voor het innemen van schoon en het lozen van vuil water, die in havens voor de pleziervaart beschikbaar zijn, kunnen ook door kampeerautogebruikers worden benut.

Hoewel Flevoland veel natuurgebieden kent (o.a. Oostvaarderplassen) is er nog geen volwassen natuurrecreatief product (zie ook 2.2.2.5 'Natuurattracties'). Invulling van 'natuurgericht toerisme', als onderdeel van het recreatief-toeristisch product, completeert niet alleen het aanbod, maar biedt ook mogelijkheden voor logiesaanbieders en horecaondernemers om hierop in te spelen in de vorm van (meerdaagse) arrangementen. Ook kan gedacht worden aan een (aanvullend) specifiek ecologisch toeristisch product. Zo is het denkbaar dat in daarvoor geschikte 'recreatieve steunpunten' of langs 'recreatieve verbindingzones' logiesvormen worden ontwikkeld die zich geheel richten op de wandelaar en de fietser, bijvoorbeeld in stiltegebieden. De recreanten en toeristen kunnen dan op een heel aantrekkelijke manier in contact komen met de bestaande kwaliteiten van natuur en landschap, terwijl de eventuele negatieve effecten tot een minimum worden gereduceerd (zie ook 4.4 'Synergie van recreatie en toerisme met andere sectoren').

Het BART kan en wil niet uitputtend zijn ten aanzien van vormen van recreatie en toerisme die een belangrijke meerwaarde kunnen geven aan het totale pakket. Dat is meer een kwestie van de praktijk van de gebiedsmarketing (uitvoeringsfase). Ten aanzien van de productonderdelen 'toerisme' (3.5.1) en 'cultuurtoerisme' (2.2.2.7) wordt daarom verwezen naar de andere paragrafen.

Er zijn tenminste drie redenen om de mogelijkheden van recreatie in de woonomgeving te versterken. De eerste is dat daardoor de ruimtelijke kwaliteit van de directe woonomgeving in gunstige zin wordt beïnvloed. Weliswaar kan het reserveren van ruimte voor recreatieve doeleinden op gespannen voet staan met het in financiële zin sluitend maken van een bestemmingsplan, maar de kwaliteitsimpuls die daarvan het gevolg is, behoort ook in ogenschouw te worden genomen. Het geheel kan zo in economische waarde stijgen. Uit onderzoek⁷ blijkt dat huizen 5 à 10% meer waard worden indien de directe omgeving zo wordt ingericht dat deze zich goed leent voor recreatieve activiteiten. De tweede reden voor het scheppen van recreatiemogelijkheden in de woonomgeving ligt in het belang daarvan voor groepen in de samenleving die over weinig mogelijkheden voor mobiliteit beschikken, zoals moeders met kleine kinderen, ouderen en gehandicapten. Voor hun openluchtrecreatie zijn zij aangewezen op de nabijheid ervan bij de woning. Dat onderstreept het belang van een 'groen/blauwe dooradering' van de stedelijke gebieden.

Recreatieve mogelijkheden in of direct aansluitend op de woonomgeving bieden daarnaast een alternatief voor het gebruik van de auto. Dit sluit aan op het beleid van de Provincie Flevoland. De helft van het aantal autokilometers wordt in de vrije tijd gereden. Vooral een goede ontsluiting van de uitloopgebieden voor fietsers en wandelaars is van belang. Een kwaliteitsaspect van deze ontsluiting vormt de sociale veiligheid van de fietsroutes. Op dit punt zijn er twee strijdige belangen die gediend moeten worden: de recreant stelt prijs op beschutting en intimiteit van de recreatieve omgeving en tegelijkertijd wenst hij een zekere 'doorzichtigheid' met het oog op de sociale veiligheid (zie ook 4.6.4 'Veiligheid en gezondheid').

In de nota 'Mensen voor natuur, natuur voor mensen' heeft het rijk aangegeven een duidelijke functie te zien voor de natuurgebieden en landschappelijke gebieden op het vlak van recreatie en toerisme.

⁶ Een Gereguleerde Overnachting Plaats ('GOP') wordt in art 15, lid 1 van de Wet op de Openlucht Recreatie (WOR) genoemd als een mogelijkheid tot het plaatsen of geplaatst houden van ten hoogste vijf kampeermiddelen gedurende korte perioden aangegeven. Hier worden geen eisen genoemd t.a.v. inrichting, plaats of voorziening. Wel is in dit artikel bepaald dat dit alleen mag gebeuren bij verordening door de gemeenteraad.

⁷ Literature review in Landscape research, themanummer Economic Valuation of Landscape, Price (1994)

Tussen de ecologische kwaliteit en het (recreatieve) gebruik van deze gebieden bestaat een spanningsveld. Zo kan het gebruik van gebieden leiden tot verstoring (o.a. geluid), versnippering (o.a. inrichting en aanleg van toegangswegen) en vervuiling (b.v. afval, afvalwater, verontreinigende stoffen). Een goede planning van de activiteiten en productaanbod zal leiden tot een beter gebruik van de voorzieningen en kan leiden tot kwaliteitsverbetering van de recreatieve en toeristische gebieden. Als voorbeeld kunnen twee verschillende vormen van recreatie genoemd worden: evenemententerreinen en wandel/fietsgebieden. Bij evenemententerreinen is de toegankelijkheid belangrijk, moet het mogelijk zijn om grote groepen mensen te ontvangen, moeten de voorzieningen hierop aangepast zijn en zal een zekere mate van verstoring toelaatbaar zijn. De kwaliteit van het terrein en het aangeboden product wordt bepaald door de hierboven genoemde aspecten.

Bij een wandel- of fietsgebied wordt de kwaliteit sterk bepaald door de rust, de uitgestrektheid van het gebied, de kwaliteit van de natuur, de aanwezigheid van 'stopmogelijkheden' (b.v. horecavoorzieningen) en de toegankelijkheid van het gebied. Hierbij zijn auto's niet gewenst, maar wordt een verhard fietspad wel gewaardeerd.

De relatie tussen het aangeboden product en de omgeving is duidelijk aanwezig. Afspraken over het behoud en de verbetering van de kwaliteit van de omgeving zijn er vaak niet. Met name op grensgebieden tussen stad en natuur, toeristische zones en natuur komen vragen op hoe de sector recreatie en toerisme kan zorgen dat de milieudruk beperkt blijft en de natuurgebieden niet aantast waardoor de kwaliteit vermindert (inpassing).

4.2.2 INNOVATIE

Productinnovatie is van essentieel belang voor behoud en ontwikkeling van de recreatief-toeristische sector (zie ook 2.2 'Ontwikkeling van recreatie en toerisme in Flevoland', 3.6 'Marketingvisie', 4.6 'Basiscondities versterken' en 5.3 'Productontwikkeling en innovatie'). Vanuit het BART wordt de stimulering van het vernieuwingsproces dan ook als een vitale strategie gezien. Door innovatie wordt voorkomen dat het recreatief-toeristisch product veroudert en dat ook in de toekomst voorzien wordt in aansluiting bij de vraag vanuit de markt. Met behulp van het Europese steunprogramma (EPD 2000-2006) kan hieraan worden bijgedragen. De toepassing van ICT heeft een positieve invloed zowel op de kwaliteit van het recreatief-toeristisch product. Het benutten van de mogelijkheden van ICT is daarbij interessant zowel op het niveau van individuele bedrijven (veelal MKB) als ook op het regionale niveau, waarbij er een nauwe relatie ligt met de regiomarketing (zie ook 4.3 'Promotie en imagooversterking integreren in gebiedsmarketing').

4.3 PROMOTIE EN IMAGOVERSTERKING INTEGREREN IN GEBIEDSMARKETING (strategie b)

De door ZKA Beleid & Advies geïdentificeerde onderscheidende gebiedskenmerken (zie 3.6 'Marketingvisie') zijn niet alleen het uitgangspunt voor productverbetering, maar ook voor de marketing en promotiestrategie, die tot doel hebben toeristen te werven en (verblijfs- en Flevolandse) recreanten te binden aan het gebied. Daarbij zijn de volgende operationele doelen van belang:

- de Flevolandse bevolking voor wat betreft recreatief gedrag binden aan het gebied;
- het werven van nieuwe toeristische bezoekers door nieuwe product/marktcombinaties;
- een goede spreiding en circulatie van dagbezoekers, verblijfsrecreanten, en andere doelgroepen over het gebied te bewerkstelligen, zodat de bestedingseffecten maximaal kunnen zijn;
- zorgdragen voor een concurrerend en onderscheidend imago bij de geselecteerde doelgroepen, waarbij Flevoland wordt gepositioneerd als aantrekkelijk gebied voor een kort of langer vakantieverblijf of toeristisch dagbezoek, voor elk wat wils en gedurende het gehele jaar;
- het opbouwen van naamsbekendheid bij de geselecteerde doelgroepen uit de belangrijkste herkomstgebieden (Duitsers, Engelsen, Belgen, Amerikanen en Nederlanders), zij moeten weten wat Flevoland te bieden heeft en daarvan een positief beeld hebben;
- het verhogen van de marktaandeelen in de marktsegmenten toeristisch dagbezoek, kort en langer verblijf, congres- en vergadertoerisme;
- samenspel tussen productverbetering en promotie (zie toelichting hieronder).

In 4.2 'Productontwikkeling en innovatie (strategie a)' is al ingegaan op de voordelen van het beter op elkaar afstemmen van productontwikkeling en gebiedsmarketing. Samenspel tussen productverbetering en promotie betekent een beter op de wensen en behoeften van de toerist en recreant afgestemd en beter gepromoot Flevolands toeristisch-recreatief product. Dit zal omgekeerd ook leiden tot verbetering van het imago, maar ook tot een hogere waardering van de gebruiker. Het geeft als het ware inhoud aan het imago, waardoor Flevoland 'cool' wordt voor de jongeren (en 'hot' voor de ouderen). Om dit te effectueren wordt gebruik gemaakt van 'branding'⁸ op basis van gevoelens (emotiemarketing). Het gaat er hierbij om met behulp van 'branding' Flevoland goed in de markt te zetten en te profileren ten opzichte van concurrerende regio's; een en ander is nader uitgewerkt in paragraaf 3.6.

De toeristische marketing draagt in belangrijke mate bij aan het realiseren van de centrale doelstelling van BART en is gericht op de ontwikkeling en instandhouding van een vitale, sterke en duurzame toeristische infrastructuur in Flevoland, die evenwichtig met de omvang van de bevolking meegroeit en die tegemoet komt aan de recreatieve wensen van de inwoners van Flevoland (recreanten) en aantrekkingskracht heeft op de toeristische markten (niet-Flevolandse). Vanuit een economische optiek bezien gaat het er uiteindelijk om dat de economische impact van toerisme en recreatie in termen van werkgelegenheid, bestedingen en omzetten wordt vergroot door Flevoland te positioneren als aantrekkelijke bestemming voor een korte of langere vakantie of een toeristisch dagbezoek.

Een voorbeeld ter illustratie:

In de productinnovatie en marketing zal, gebruikmakend van de mix van identiteitsbepalende elementen, bij de Flevolandse recreant/ toerist een 'betekenisvolle emotie' of belevenis moeten worden gecreëerd. Dit kan bijvoorbeeld door het thematiseren in routes, van fiets- of wandelroutes tot een (scheep)wrakkenroute, het visualiseren van verhalen met (landschap)kunst, een Flevolandse poëzieroute, het scheppingsverhaal van de polder (industriële erfgoed en waterstaatkundige kunstwerken), folkloristische gebruiken, streekgerechten.

De bijzondere historie van Flevoland kan op deze wijze leesbaar en begrijpelijk worden gemaakt door aanwezige cultuurhistorische (Rivierduinengebied: landschap, Swifterbant cultuur), geologische, architectonische of stedenbouwkundige elementen te integreren in fiets- en wandelroutes met 'en route' gegeven informatie en verwijzing naar het Nieuwland Poldermuseum of andere publiekscentra. De aanpak speelt in op het belangstellingsprofiel van toerist en/of recreant met een groeiende belangstelling voor het verleden, maar versterkt ook de identiteit van Flevoland, is goed voor de identiteitsontwikkeling van de Flevolander: welke gebruiken nam hij mee vanuit het oude land, hoe is hij geïntegreerd in Flevoland?

In communicatieve zin is er sprake van een 'eye catcher' (aandachtstrekker). Veel bezoekers hebben het idee dat Flevoland vroeger alleen maar Zuiderzee was en verwachten niet dat er sprake is van een rijk historisch erfgoed op de voormalige zeebodem. De ongeveer 400 scheeps- en vliegtuigwrakken getuigen hiervan.

Teneinde de beleveniswaarde te verhogen zou ook gedacht kunnen worden aan een geënceneerd opengewerkt scheepswrak langs bijvoorbeeld een fietsroute. Met een verwijzing naar musea of publiekscentra wordt synergie bewerkstelligd in promotionele zin en wordt een bezoek aan bijvoorbeeld Nieuwland Poldermuseum, Batavia werf, Gesteententuin etc. bevorderd. Dit heeft tevens een draagvlakverbredend effect op deze voorzieningen.

Stimulerende maatregelen zijn nodig om een intensieve regiomarketing en promotie te bevorderen, die afgestemd zijn op het benutten van marktpotenties. De provincie gaat de samenhang tussen marketing en promotieactiviteiten bevorderen, binnen de provincie, maar ook in relatie met de omliggende regio's. De uitvoering van dit beleid vraagt om samenwerking tussen verschillende partijen: overheden, intermediaire instanties en bedrijfsleven.

Naast het bevorderen van de uitbreiding van de bestaande bedrijven en de oprichting van nieuwe bedrijven is het beleid gericht op het aantrekken van bedrijven uit onder andere het economisch kerngebied van Nederland, die elders ruimte zoeken en waarvoor Flevoland een goede alternatieve vestigingsplaats biedt.

⁸ het geven van een merknaam aan het product 'Flevoland'

De aantrekkelijkheid van de Flevolandse recreatieve voorzieningen (inclusief buitengebieden) schiet tekort. Ook zijn er te weinig voorzieningen die inspelen op de behoefte aan herkenbare locaties: bezoekerscentra, stadsboerderijen, landgoederen, uitspanningen, theehuizen en fiets- en kanoverhuur. Uiteraard is het voorzien in dit tekort (primair) een kwestie van investeringen door de particuliere sector. Daarnaast is er echter ruimte en reden voor initiatief vanuit andere partijen zoals gemeenten en landschapsbeheerders. Om dit te versnellen kan een aantal jaren stimulering plaatsvinden.

Informatievoorziening is in het kader van promotie en marketing essentieel. In de beschikbare informatie wordt gesproken over de natuurlijke rijkdom van de omgeving, de kwaliteit van zwemwater en de schoonheid van de natuur of het bos. Behalve voor het onder de aandacht brengen van deze aspecten ziet de provincie ook mogelijkheden om milieuaspecten binnen de promotie en marketing op te nemen. Binnen de promotionele activiteiten kan gedacht worden aan een milieukeurmerk, de subsidieregeling voor vuilwatertanks in de recreatievaart, etc. Voor promotiedoeleinden wordt een groot aantal informatiedragers gebruikt (boekjes, kaarten, informatiepanelen, etc.).

Het provinciaal beleid met betrekking tot evenementen zal zich concentreren op het bevorderen van evenementen met een bovenregionale betekenis en publicitaire uitstraling, die tevens aansluiten bij de kenmerkende identiteitsbepalende factoren water, natuur, attracties, de ontstaansgeschiedenis van Flevoland of toeristische speerpunten.

Aandachtspunten voor verdere uitwerking van het evenementenbeleid zijn:

- Infrastructuur: goed geëquiperde evenementenlocaties (overnachting, drainage etc.)
- Ruimtelijke aspecten: behoefte aan een permanent nationaal evenemententerrein
- Synergie-effecten met andere sectoren (detailhandel, horeca), regio's, gemeenten
- Facilitaire aspecten: bereikbaarheid (per openbaar vervoer, auto, bus), verkeerscirculatie, bewegwijzering, technische hulp en bijstand verlenen, veiligheidsaspecten
- Financiële instrumenten: garanties, subsidies, sponsorbijdragen
- Uitwerken van criteria voor provinciale bijdragen c.q. medewerking
- Rol van het Flevolands Bureau voor Toerisme: coördinatie en afstemming, evenementenkalender

4.4 SYNERGIE VAN RECREATIE EN TOERISME MET ANDERE SECTOREN (strategie c)

4.4.1 ALGEMEEN

De sector recreatie en toerisme heeft nauwe relaties met andere sectoren. Een goed samenspel biedt veel voordelen en nieuwe kansen en is zelfs onontbeerlijk. Daarvan zijn er allerlei voorbeelden. Zo zijn in zowel het landelijk als het stedelijk gebied functiecombinaties mogelijk. In het landelijk gebied gaat het dan primair om combinaties tussen recreatie en toerisme en agrarische functies, bos, natuur, water, vooral in de vorm van recreatief medegebruik. Recreatief medegebruik van het agrarisch gebied wordt bevorderd door de toegankelijkheid te verbeteren voor met name fietsers en wandelaars. In aansluiting op (nationale) routestructuren wordt op beperkte schaal de gelegenheid geboden tot realisering van kleinschalige dagrecreatieve voorzieningen zoals uitspanningen, theehuizen, fiets- en kanoverhuurbedrijven, zodanig dat synergie met de kwaliteit van het landschap ontstaat. In of aansluitend aan het stedelijk gebied van Lelystad en Almere kunnen ook intensieve vormen van recreatie worden gekoppeld met andere intensieve vormen van ruimtegebruik, zoals het geval reeds is bij het Museumkwartier en 'Bataviastad', het Factory Outlet detailhandelscentrum te Lelystad. Stedelijk toerisme is in Flevoland nog onderontwikkeld. In sommige woonkernen is het voorzieningenniveau, vooral op het gebied van eet- en uitgaansmogelijkheden, te laag. De toeristische belevingswaarden van de steden vanuit hun eigen identiteit (Lelystad: ontwikkelingsgeschiedenis polders met musea; Almere: uitdagende architectuur) dienen verder versterkt te worden. De ontwikkeling van waterfronten in Almere, Zeewolde en Lelystad kunnen hierop aansluiten door recreatieve en toeristische voorzieningen mee te nemen in het ontwerp. Ook dienen culturele activiteiten en kleinschalige culturele evenementen in parken en openbare groengebieden in de steden bevorderd te worden. Synergetische voordelen bestaan er ook in relatie tot het milieu, de gezondheid en de veiligheid.

In het volgende wordt nader ingegaan op de synergie van recreatie en toerisme met achtereenvolgens de landbouw, cultuur, natuur en landschap, en de woonomgeving.

4.4.3 LANDBOUW EN LANDELIJK GEBIED

Landbouwgebieden kunnen bijzondere aantrekkingskracht uitoefenen op recreanten en toeristen, met name boerderijen. De belangstelling voor boerentuinen is daarvan een sprekend voorbeeld. De verkoop van producten voorziet in een behoefte c.q. vraag. Daarop kan nog verder worden ingespeeld. Ook kan gedacht worden aan bepaalde vormen van detailhandel in het landelijk gebied, namelijk die vormen waarbij het gaat om verkoop van eigen gekweekte of vervaardigde producten of verkoop van producten met een directe binding aan bepaalde toeristisch-recreatieve voorzieningen. In het agrarisch gebied is een scala aan recreatief-toeristische producten mogelijk: bed-and-breakfast, minikampeerterrinen, zorgboerderijen, groepsaccommodatie, cursussen, fietsverhuur, bezoek aan boerderijen, wandelingen met gids, de boer als landschapsbeheerder, 'stadslandbouw' in het stedelijk uitloopgebied, enz.. Door samenwerking kan een interessant product 'agritoerisme Flevoland' gaan ontstaan. Belangrijk is dat rekening wordt gehouden met de marketing (is er voldoende vraag?) en dat relaties worden gelegd met de gebiedspromotie en het reguliere recreatief-toeristische bedrijfsleven. Er moet zoveel mogelijk gebruik gemaakt worden van in het gebied aanwezige kennis. Belangrijk is ook dat er veel diversiteit in het aanbod is en dat goed aanslaande initiatieven niet in grote aantallen gekopieerd worden. De bedrijven hebben daarin een eigen verantwoordelijkheid. Ten aanzien van de voorwaarden en regels op het gebied van ruimtelijke ordening, veiligheid en gezondheid: deze mogen niet afwijken van die welke van toepassing zijn op de professionele sector. Dit geldt ook voor subsidieregelingen en stimuleringsmaatregelen.

Recreatiemogelijkheden in het overgangsgebied tussen stad en land kunnen de positie van de landbouw versterken. De inkomensontwikkeling van een flink aantal ondernemers in de agrarische sector is zodanig dat men neventakken nodig heeft voor het veiligstellen van de continuïteit van de bedrijfsvoering. Maneges met ruittoerisme, kleinschalig kamperen en het aanbieden van op de boerderij vervaardigde streekproducten zijn voorbeelden van synergie tussen beide sectoren. Recreatieve ruimte die grenst aan de woonomgeving, leent zich ook goed voor het onderbrengen van een aantal sportfaciliteiten. Daarbij moeten overigens wel beperkingen gehanteerd worden indien deze ruimte zich in de (provinciale) ecologische hoofdstructuur bevindt, vanwege de belasting van de natuur die een aantal vormen van sportbeoefening met zich meebrengt. Met name voorzieningen voor individuele sportbeoefening (joggen, skaten en fietsen) passen goed in een recreatieve omgeving, mits aan de veiligheid van recreanten en sportbeoefenaars voldoende aandacht is besteed. In de sectorale ruimtelijke uitwerking van het Omgevingsplan zal de begrenzing die op dit punt nodig is, worden aangegeven.

Het kabinetsbeleid zoals neergelegd in de nota 'Waterbeleid 21^e eeuw' voorziet in een vergroting van het waterbergend vermogen van stedelijk en landelijk gebied. Hier liggen eveneens kansen voor het combineren van functies. Wonen aan het water, kanoroutes en een zwemplas zijn voorbeelden daarvan.

4.4.4 NATUUR EN LANDSCHAP

In de meeste natuurgebieden zijn extensieve vormen van recreatie, zoals wandelen en fietsen, in principe goed mogelijk. Stimulerende maatregelen zijn nodig om recreatief medegebruik van natuur en landschap in bestaande en te ontwikkelen natuurgebieden te bevorderen. Hierbij is een goede informatievoorziening over de natuur- en landschappelijke waarden van belang, bijvoorbeeld in de vorm van bezoekerscentra en het (gereguleerd) openstellen van natuurgebieden. Ten aanzien van wat in dezen verantwoord is hebben de landschapsbeheerders een beslissende bevoegdheid.

Soms kunnen de belangen van de recreatie- en toerismesector botsen met de belangen van de sector natuur. Om te zorgen voor een goed samengaan van beide vormen van ruimtegebruik, is het bevorderen van overleg en de afstemming van doelstellingen tussen bos- en natuurbeherende instanties en toeristisch-recreatieve organisaties zinvol.

Teneinde het behoud en de ontwikkeling van (nieuwe) natuurwaarden binnen de (P)EHS te kunnen garanderen, geldt voor de recreatiezwaartepunten die gelegen zijn binnen de (P)EHS, dat de begrenzing nader wordt bekeken in een ruimtelijke uitwerking van het Omgevingsplan. Uitgangspunt hierbij is dat vestiging van nieuwe intensieve recreatieve en toeristische voorzieningen in de provinciale ecologische hoofdstructuur dient te worden voorkomen, maar ook dat de ontwikkeling van bestaande toeristisch-recreatieve bedrijven zo min mogelijk geschaad mag worden. Binnen de (P)EHS zijn er bovendien mogelijkheden voor ecologische vormen van recreatie en toerisme, zoals natuurvriendelijk kamperen. Deze vormen van ecologisch toerisme dienen gestimuleerd te worden.

De recreatieve belevingswaarde van de vaarwegen door Flevoland is van belang. Deze worden versterkt door de aanleg van natuurvriendelijke oevers. Hier snijdt het mes dus aan twee kanten. Aandachtspunt is dat bij de plannen voor natuurvriendelijke oevers combinaties worden gemaakt met aanlegvoorzieningen voor passanten. Dat kan bijvoorbeeld door de mondingen van tochten door een integrale aanpak interessanter te maken voor mens en natuur. Het uitvoeren van dit soort maatregelen is een samenspel van de verschillende beheerders. De Provincie Flevoland speelt op dit punt ook zelf een nadrukkelijke rol (kanalen).

4.4.5 CULTUUR(TOERISME)

Cultuurhistorische en aardkundige waarden geven meer 'diepgang' aan het toeristische pakket dat Flevoland te bieden heeft. De provincie gaat de opname van deze gebiedseigen en dus unieke waarden als onderdeel van de ontwikkeling van toerisme bevorderen. Hiervoor moet onderzocht worden welke nieuwe functies het cultureel erfgoed kan krijgen ten behoeve van de toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Daarnaast zijn stimulerende maatregelen nodig op het gebied van cultuurtoerisme in stad en land (culturele evenementen, landschapskunst, musea, moderne stedenbouw en architectuur). Om groei van het cultuurtoerisme te bereiken, is meer samenhang en samenwerking tussen culturele en toeristisch-recreatieve instellingen nodig. Ook het toegankelijk maken en het onderling met elkaar verbinden van cultuurtoeristische waarden middels toeristische routes vraagt aandacht.

De speerpunten voor het cultuurtoerisme in Flevoland liggen bij de landschapskunst en de cultuurhistorische trekpleisters. Beide lenen zich voor een verdere versterking. Objecten van landschapskunst vormen (mede vanwege hun uniciteit) een goed decor voor regelmatig terugkerende evenementen, zoals Sunsation in het Robert Morris' Observatory. Cultuurhistorische 'sites' zoals Urk, Schokland en het museale deel van de kuststrook in Lelystad zijn geschikte plaatsen voor het bieden van 'edutainment' en het zichtbaar maken van de geschiedenis van ons gebied, ondermeer door het verzorgen van 'living history'. De strategie is dat het product cultuur verder vorm krijgt en beter afgestemd wordt op de doelgroep (aanvankelijk 'niche market', later verbreding).

4.4.6 WONEN EN RECREATIE IN DE WOONOMGEVING

Aantrekkelijk vormgegeven woongebieden verhogen de aantrekkingskracht van het stedelijk gebied en kunnen zich zelfs lenen voor routes en excursies op het gebied van architectuur en dergelijke. Van dit soort ontwikkelingen zijn al voorbeelden gerealiseerd (de 'Filmwijk' in Almere bijvoorbeeld). Het stimuleren hiervan is mogelijk, waarbij uiteraard steeds de afweging moet worden gemaakt of het voldoende voorziet in een behoefte.

In paragraaf 4.2, 'productontwikkeling en innovatie', is het belang van het aanwezig zijn van voldoende recreatiemogelijkheden in de directe woonomgeving, uit maatschappelijk oogpunt, naar voren gekomen. Er is ook nog een andere reden voor het bevorderen ervan, namelijk de mogelijkheden van meervoudig ruimtegebruik.

4.5 KRACHTENBUNDELING EN ORGANISEREND VERMOGEN VERSTERKEN (strategie d)

Opvattingen met betrekking tot de aanpak van de ontwikkeling van recreatie en toerisme en het gebied waar deze aanpak moet worden toegepast, kunnen verschillen. De provincie kan en wil een rol spelen in de bundeling van krachten op bovenlokaal niveau van alle bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme betrokken partijen. Dat zijn zowel marktpartijen (o.a. brancheorganisaties), non-profitorganisaties (o.a. landschapsbeheerders) en andere overheden (gemeenten, rijksoverheid). Tijdige communicatie over zowel het benutten van kansen en mogelijkheden als ook het oplossen van negatieve ontwikkelingen is daarvan een essentieel onderdeel. De bestaande communicatiekanalen zullen worden benut en waar nodig beter in beeld worden gebracht.

Belangrijk is ook dat op eenvoudige wijze kennis en ervaring onderling kan worden uitgewisseld tussen bij de ontwikkeling van de sector recreatie en toerisme betrokken partijen en eventuele belemmeringen daarvoor uit de weg worden geruimd door onderling overleg, met het gezamenlijk belang als belangrijkste drijfveer. Een instrument hiertoe is de 'Monitor'.

Het doorrekenen van de economische betekenis van de sector recreatie en toerisme in Flevoland is mogelijk geworden door het project *Monitor Recreatie en Toerisme Flevoland*. Ook verschillende ontwikkelingsvarianten kunnen worden doorgerekend. De uiteindelijke bedoeling van dit project is een voortdurende opbouw en uitwisseling van relevante kennis tussen de bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme in Flevoland betrokken organisaties (Kamer van Koophandel, RECRON, Hiswa, Koninklijke Horeca Nederland, Kamer van Koophandel, Flevolands Bureau voor Toerisme en de zes gemeenten).

Krachtenbundeling is niet slechts een intern proces binnen Flevoland. Uitwisseling van kennis en ervaring bijvoorbeeld met andere regio's met gezamenlijke belangen kan in een aantal gevallen zeer nuttig zijn. Het is mogelijk en nuttig om te leren van de ervaringen van anderen.

Het Flevolands Bureau voor Toerisme (FBT) zal in de bundeling van krachten een belangrijke rol gaan spelen. Voorwaarde hiervoor is een transformatie van het FBT van een promotie- naar een marketingorganisatie (zie ook 6.3.2 'Rol van het Flevolands Bureau voor Toerisme').

4.6 BASISCONDITIES VERSTERKEN (strategie e)

Overeenkomstig hetgeen in 4.3 is uiteengezet, zal in het onderstaande een aantal randvoorwaarden aan de orde komen die van invloed zijn op de ontwikkeling van de sector recreatie en toerisme. Deze randvoorwaarden zijn: (1) ruimtelijke voorwaarden, (2) milieu en duurzaamheid, (3) bereikbaarheid en toegankelijkheid van voorzieningen, (4) veiligheid en gezondheid en (5) economische randvoorwaarden. In een aantal gevallen wordt daarbij teruggegrepen op hetgeen eerder in 4.4 ('Synergie van recreatie en toerisme met andere sectoren') is toegelicht.

4.6.1 RUIMTELIJKE VOORWAARDEN

Een vijftal punten verdient hier bijzondere aandacht:

a. Concentratie en differentiatie van recreatieve en toeristische voorzieningen

Het provinciaal beleid richt zich op het zoveel mogelijk benutten van ontwikkelingsmogelijkheden van de toeristisch-recreatieve infrastructuur zodanig dat verdere concentratie en differentiatie van grootschalige voorzieningen bereikt wordt. Concentratie van voorzieningen wordt voorgestaan in verband met agglomeratievoordelen en daarmee verbonden kwaliteitsverhogende effecten. Als nevenvoordeel heeft het nastreven van concentratie dat ook de belasting van andere functies wordt tegengegaan, meervoudig ruimtegebruik wordt bevorderd en de automobiliteit wordt teruggedrongen. Differentiatie is gewenst teneinde een zo gevarieerd mogelijk voorzieningenpakket en een compleet toeristisch product te realiseren. Ook biedt differentiatie kansen voor seizoensverlenging. Ter bevordering van de samenhang tussen en kwaliteitsverbetering van de in het Omgevingsplan aangewezen recreatiezwaartepunten, recreatiesteunpunten en recreatieve verbindingzones zijn recreatiezones aangewezen. Binnen de recreatiezones wordt gestreefd naar grotere thematische samenhang.

b. Nabijheid van recreatie

Nabijheid van recreatieve voorzieningen bij woonkernen is van groot belang voor de bewoners. Bijkomende voordelen zijn het bieden van een alternatief voor het gebruik van de auto. Een eventueel tekort aan recreatieve uitloopgebieden, zoals mogelijk bij Dronten en de dorpen in de Noordoostpolder, is uiteraard onwenselijk. Waar nodig is uitbreiding, versterking en verbetering van de toegankelijkheid van het 'groen' om de woonkernen dan ook gewenst.

In dit kader voorziet de landgoedontwikkeling in aansluiting op bestaande kernen in de wens om meer recreatieve voorzieningen op korte afstand van de gebruikers te realiseren.

Met het completeren en verbeteren van een samenhangend systeem van verbindingen, eventueel als onderdeel van de nationale routestructuur, wil de provincie ook het utilitaire en recreatieve fietsgebruik buiten de bebouwde kom stimuleren.

Om hiervoor genoemde redenen is bij het ontwikkelen van nieuwe woongebieden een integrale ontwikkeling van wonen, werken, voorzieningen, infrastructuur, groenstructuur, water en recreatie van groot belang.

c. Inrichtingseisen

De belevingskwaliteit van de recreatieve omgeving bij nieuwe toeristische en recreatieve ontwikkelingen is gebaat bij een zorgvuldige inpassing in de omgeving, waarbij rekening wordt gehouden met de ecologische, esthetische en economische waarden van een gebied. Zo blijft het landelijk gebied aantrekkelijker als, bij het ontwikkelen van kleinschalige verblijfaccommodaties- en kampeervormen in het landelijk gebied, de grenzen van de huidige erfbeplanting niet worden overschreden.

In geval van ontgrondingen is het wenselijk om de planvorming te laten aansluiten op recreatief (mede-)gebruik, zodat geprofiteerd wordt van de kansen die hierdoor ontstaan.

d. Voorkomen van versnippering ten gevolge van infrastructuur

Versnippering treedt op als gevolg van de aanleg van nieuwe infrastructuur of functieverandering van gebieden waardoor een recreatie gebied in twee delen wordt gesneden. Behalve de negatieve effecten op de fauna ondervinden met name wandelaars, fietsers en ruiters hiervan problemen. Het voorkomen van versnippering van recreatie- en natuurgebieden is mogelijk door planning binnen de ruimtelijke ordening (ook op de lange termijn). Soms moeten creatieve oplossingen worden gevonden: onderdoorgangen, en dergelijke. Voorkomen van versnippering heeft als voordeel dat het 'recreatieve netwerk' behouden blijft.

e. Planologisch kader

Het Omgevingsplan en de nog af te ronden uitwerking van de begrenzing van de recreatiezwaartepunten gelegen in de EHS bieden in eerste instantie het planologisch kader voor de sector recreatie en toerisme in Flevoland. De ruimtelijke uitwerking wordt naar verwachting eind 2002, begin 2003 afgerond.

In het Omgevingsplan wordt onderscheid gemaakt tussen intensieve en extensieve vormen van recreatie en toerisme, waarbij intensieve vormen van recreatie en toerisme bij voorkeur geconcentreerd worden in recreatiezwaartepunten en stedelijke recreatiezones en in mindere mate in recreatiesteunpunten. Onduidelijk is echter tot op heden welke vormen van recreatie en toerisme indan wel extensief zijn. Een indicatieve lijst van intensieve en extensieve vormen van recreatie en toerisme kan daarom behulpzaam zijn bij het ontwikkelen van (nieuwe) recreatiegebieden (onderdeel uitwerking).

Vanwege de effecten op natuurwaarden, landschap, recreatie en de beperkte mogelijkheden tot ontsluiting met openbaar vervoer wordt permanent recreatief wonen buiten de kernen ongewenst geacht. Het permanent bewonen van verblijfsrecreatieve accommodaties dient dan ook te worden voorkomen.

4.6.2 MILIEU EN DUURZAAMHEID

Er zijn op het gebied van milieu en duurzaamheid tal van aandachtspunten zoals preventie, kwaliteit leefomgeving, afvalscheiding, verkeershinder, emissie stoffen en geluid, zwerfvuil, voorkomen van versnippering, enz. Op enkele van bovengenoemde punten wordt in het hiernavolgende dieper ingegaan.

4.6.2.1 EMISSIES

Vast afval: afvoer en verwerking (gescheiden inzameling) agf-afval, glas

Ook tijdens het recreëren wordt afval geproduceerd. In de normale situatie heeft de gebruiker de mogelijkheid om zijn afval te scheiden (opsparen klein chemisch afval, glas in de glasbak, e.d.). Tijdens vakanties of kort recreatief verblijf op een camping of een evenement zijn deze mogelijkheden soms niet voor handen of is het niet wenselijk om spullen te bewaren i.v.m. bederf of ongedierte. Niettemin is het van groot belang om ook tijdens een recreatief verblijf de afvalstromen te scheiden. Het beleid is om ook recreatief en toeristisch afval in Flevoland te scheiden door de toepassing van containerparken of het gebruik van bepaalde materialen.

Afvalwater: van pleziervaartuigen, inbouw vuilwatertanks/ afvalscheiding bij de bron

De bedrijfsmatige verwerking van afval, oliehoudende en andere materialen wordt binnen de AmvB Jachthavens geregeld. De behandeling en lozing van afvalwater van schepen valt hier niet onder en vormt periodiek en lokaal een probleem. Met name tijdens vakantieperiodes en bij concentratie van grote aantallen schepen wordt het water milieuhygiënisch verontreinigd waardoor problemen kunnen ontstaan (b.v. algengroei, huidirritatie). Het beleid is om het lozen van ongezuiverd afvalwater zoveel mogelijk te voorkomen. In 1998 is een landelijk dekkend project van start gegaan om vuilwatertanks in schepen te stimuleren. Ook Flevoland kent deze regeling, waarbij 300 euro subsidie wordt verstrekt bij het inbouwen van een vuilwatertank. Een aantal havens heeft al een systeem aangelegd om deze vuilwatertanks te kunnen legen, waarna het afvalwater naar het riool wordt afgevoerd.

Zwerfvuil: o.a. parkeerplaatsen, aanlegplaatsen, visplekken, etc.

Op bijna alle plekken waar mensen korte tijd verblijven (o.a. parkeerplaatsen, aanlegplaatsen, visplekken, etc.) heeft de beheerder te maken met zwerfvuil. Juist zwerfvuil is snel zichtbaar en speelt een rol in de belevingswaarde van het gebied door de gebruiker. Op evenemententerreinen of vakantieparken kan de initiatiefnemer worden aangesproken op het schoonhouden van het terrein. Op kleinere, niet beheerde gebieden, komen de kosten bij de beheerder.

Antifoulingverf, beschoeiing, duurzaam materiaalgebruik

Koperhoudende antifoulingverf is al enige jaren verboden. Tot nog toe zijn er binnen Flevoland geen initiatieven ondernomen om een duurzame methode van scheepsonderhoud te gebruiken. In enkele andere provincies zijn diverse initiatieven genomen om schepen duurzaam te onderhouden, door middel van b.v. borstelbanen. Gezien het belang van de verontreiniging is het belangrijk inzicht te krijgen in de landelijke ontwikkelingen en de ontwikkeling van nieuwe antifouling-producten. Het landelijke beleid wordt ondersteund.

4.6.2.2 VERSTORING

Verstoring kan worden ingedeeld in twee categorieën: geluid en betreding van natuurgebieden.

Geluidsoverlast

Geluidsoverlast kan worden geproduceerd door reguliere activiteiten, als wegverkeer of sportactiviteiten, of door geluidsintensieve activiteiten als autosport, concerten, pretparken, modelvliegen, motorcross en schietbanen. De provincie beschikt over de mogelijkheid georganiseerde geluidsintensieve activiteiten te reguleren door middel van vergunningverlening, handhaving en ruimtelijke inpassing. Bij ruimtelijke inpassing kan gedacht worden aan het concentreren van geluidsintensieve activiteiten (beleidslijn lawaaiproducerende buitensporten). Geluidsoverlast ten gevolge van reguliere activiteiten kan beperkt worden door bewust om te gaan

met de planning van wegen, wandelpaden en terreinen in de buurt van recreatiegebieden. Ook kan differentiatie worden aangebracht in de recreatiegebieden waardoor aangesloten wordt op de verschillende wensen van de consumenten.

Ook in het stedelijk gebied kan geluid hinderlijk zijn. Het plezier dat men in parken en recreatiegebieden in de stad beleeft, wordt in de beleving van velen weer deels tenietgedaan door lawaai (brommers in het park), kleine criminaliteit en vervuiling. Dit is een punt van aandacht voor de beheerders van deze gebieden.

Betreding

Verstoring door betreding van een gebied wordt alleen in natuurgebieden als een probleem ervaren. De natuurbeheerders houden hier al vaak rekening mee door gebieden deels af te sluiten of informatieborden neer te zetten, o.a. tijdens het broedseizoen. Voor aanvullend beleid is geen aanleiding.

4.6.2.3 VERKEERSHINDER (TOERISME = AUTOKILOMETERS)

Automobiliteit is een belangrijk aspect van het recreëren en toerisme. Ruim 40% van het totaal aantal kilometers wordt gereden in de vrije tijd. De helft hiervan (20%) komt voor rekening van het recreatief en toeristisch verkeer. Binnen de totale milieubelasting van de toeristisch-recreatieve sector weegt de vervuiling ten gevolge van de automobiliteit dan ook zwaar. Hierbij komt dat de Flevolander meer dan andere Nederlanders naar buiten de provincie trekt om te recreëren en de bereikbaarheid met het openbaar vervoer binnen Flevoland te wensen overlaat. Veel stranden, evenementen of natuurgebieden zijn niet of slecht bereikbaar per openbaar vervoer. Een groot aantal initiatieven wordt ondernomen om het verkeer te beperken of te reguleren. Er blijven echter problemen bestaan zoals files en gebrek aan parkeerplaatsen.

De provincie streeft naar beperking van het aantal autokilometers voor recreatieve en toeristische doeleinden. Hierbij kan worden gedacht aan een adequaat openbaar vervoer en creatie van dichtbij gelegen recreatie gebieden. Omdat de exploitatiemogelijkheden bij openbaar vervoer een belangrijke randvoorwaarde zijn, zal gezocht worden naar interessante vervoersconcepten, waarbij gedacht kan worden aan (aanvullend) vervoer over water, pendelbusjes, zomerbus en combinaties daarvan, in recreatieve ontwikkelings- en verbindingzones. Het aanwenden van subsidies is alleen mogelijk als er reëel uitzicht is op kostendekkende exploitatie.

4.6.2.4 BEDRIJFSMILIEUZORG, DUURZAAMHEID

De wens van de recreant en toerist is de laatste decennia veranderd. Niet alleen het recreëren op zichzelf is van belang maar ook de kwaliteit van de omgeving en aangeboden diensten. De vraag naar luxe en de noodzaak om milieuvriendelijk of duurzaam te ondernemen gaan hierbij vaak samen. Hierbij kan gedacht worden aan het beperken van het energiegebruik door isolatie van vakantiewoningen, het beheer van de afvalstromen in restaurants en vakantieparken, zwerfafvalproblematiek bij evenementen, het schoonhouden van stranden en parken, rust in recreatiegebieden, de verlichting op en rond de recreatievoorzieningen of het beperken van licht tijdens de nacht om de nachtelijke (rust)beleving te vergroten. De provincie streeft naar kwaliteitsverbetering door het samengaan van economische groei en verminderen van de milieudruk door de economische activiteiten.

Een aanvullende mogelijkheid om de inspanningen op duurzaamheid binnen de recreatie-en-toerisme-sector op de voorgrond te brengen, zou kunnen worden uitgewerkt binnen een Flevolands keurmerk (milieubarometer recreatie, blauwe wimpel, etc). Daarbij kan gedacht worden aan het uitwerken van een milieuscan die speciaal is gericht op recreatieve en toeristische bedrijven in samenwerking met de Stichting Duurzaam Flevoland.

4.6.3 BEREIKBAARHEID EN TOEGANKELIJKHEID VAN VOORZIENINGEN

Algemeen

Bevordering van een goede bereikbaarheid en ontsluiting van toeristisch-recreatieve voorzieningen (filevorming voorkomen), inclusief het daartoe benodigde beheer en onderhoud van de betreffende infrastructuur, het verbeteren van routenetwerken en waar nodig de toepassing van vervoersmanagement, is onderdeel van het provinciale beleid. Naarmate de sector recreatie en toerisme verder tot ontwikkeling komt, zal meer rekening moeten worden gehouden met het recreatieverkeer. Dit stelt andere eisen dan het woon-werkverkeer. Een aantal specifieke aspecten komt in het hiernavolgende aan de orde.

4.6.3.1 VERBETEREN VAN DE KWALITEIT VAN DE RECREATIEVE OMGEVING, TOEGANKELIJKHEID EN DE BEREIKBAARHEID VAN DE RECREATIEVE EN TOERISTISCHE VOORZIENINGEN

De kwaliteit van de recreatieve en toeristische voorzieningen in Flevoland wordt mede bepaald door de bereikbaarheid (auto, openbaar vervoer en fiets).

De weginfrastructuur is in veel gevallen toereikend om het recreatieve autoverkeer te kunnen verwerken. Bij grote evenementen is het belangrijk een adequaat verkeerscirculatieplan op te stellen. Bij pieken in b.v. het strandbezoek en met name bij aankomst op hetzelfde moment of bij massaal vertrek is filevorming onvermijdelijk. Voor bereikbaarheid van pret- en attractieparken dient een goede afstemming plaats te vinden van parkeercapaciteit en toeleidende wegcapaciteit. Route-informatie en bewegwijzering is daarbij belangrijk.

Ook dienen 'groene' gebieden en recreatievoorzieningen goed bereikbaar te zijn. Het onderling verbinden is belangrijk om de toeristisch-recreatieve waarde te verhogen en de recreatiedruk van kwetsbare gebieden af te leiden.

Tevens wordt voor het versterken van de toeristisch-recreatieve basisstructuur gestreefd naar uitbreiding en versterking van wandel-, fiets-, ruiter-, en vaarroutes en aansluiting daarvan op nationale netwerken.

4.6.3.2 MOBILITEITSASPECTEN EN BEREIKBAARHEID VAN VOORZIENINGEN (PRETPARKEN, EVENEMENTENTERREIN, MAAR OOK NATUUR) PER OPENBAAR VERVOER, VOORKOMING FILES

Op het gebied van vervoersmanagement (voor de recreant en personeel) wordt op dit moment geen specifiek beleid ontwikkeld c.q. uitgevoerd (m.u.v. de combinatie van personeelsvervoer en openbaar vervoer, zie hieronder). In zijn algemeenheid bestaat er vooralsnog weinig draagvlak in Flevoland voor maatregelen op het gebied van vervoersmanagement omdat de problemen (file, parkeerdruk) waarbij vervoersmanagement een rol kan spelen, zich vooral voordoen op het 'oude land'. De recreatieve en toeristische vestigingen of hun vertegenwoordigers zullen moeten opkomen voor hun belangen in dezen (vraagarticulatie en -bundeling). De wegbeheerders (gemeenten, provincie) dienen hierop te anticiperen en gezamenlijk met de belanghebbenden afspraken te maken, bijvoorbeeld bij grote evenementen. Ook op incidentele basis zijn er soms mogelijkheden voor collectief vervoer die congestieverschijnselen helpen verminderen. De strategie van de Provincie Flevoland is initiatieven te ondersteunen die inspelen op de vraag en voldoende exploitatievooruitzichten hebben. Een voorbeeld is de busverbinding die van start is gegaan van Lelystad-Dronten busstation-Six Flags Holland gedurende het gehele seizoen op de dagen/tijdstippen dat attractiepark Six Flags is geopend. Er wordt een halfuursdienst geboden (tussen de middag een uurdienst). Op deze manier wordt de (openbaar vervoer)bereikbaarheid van het park voor inwoners van Flevoland sterk verbeterd en is het park ook sneller bereikbaar voor een deel van de Randstad. De opdrachtgever is de provincie Flevoland, de uitvoerder is Connexion. Combinatie is gezocht met het personeelsvervoer van Six Flags Holland.

4.6.3.3 RECREATIEVE ROUTENETWERK (ONDERHOUD RECREATIEVE ROUTES, VERHOOGING COMFORT EN GEBRUIKSWAARDE VAN FIETSRoutes (AFWISSELEN EN BEGELEIDEND GROEN, INFORMATIEPANELEN, RUSTPUNTEN ETC.)

In 2.2.2.6 is aangegeven welke knelpunten er zitten in het netwerk van fietspaden in Flevoland: niet alleen de onderhoudstoestand van de fietspaden, maar ook de aanvullende voorzieningen zoals verwijzingen van routes en naar aantrekkelijke voorzieningen, rustmogelijkheden, etc, zijn daarbij van groot belang. Voor een aantal van deze – vaak bij andere partijen in beheer zijnde – routes is een kwaliteitsverbetering noodzakelijk.

Om te beginnen moeten de routes die onderdeel uitmaken van de landelijke hoofdroutestructuur (LF-netwerk) versterkt worden. Knelpunten in de LF 20 'Flevoroute', de LF 15 'Boerenlandroute' en de LF 21 route Enkhuizen-Lelystad- Arnhem moeten worden opgelost. Bovendien moet de relatie tussen de routes enerzijds en de bezienswaardigheden en landschappelijke kwaliteiten in de omgeving anderzijds versterkt worden.

Het netwerk van rondgaande ANWB-fietsroutes in Flevoland vraagt om een herwaardering. Bekeken moet worden wat de belevingskwaliteit is en of het systeem op de helling moet.

Ten aanzien van het in enkele andere provincies en in België reeds uitgeteste 'knooppuntensysteem' moet beoordeeld worden of de voordelen ervan ook in Flevoland tot hun recht kunnen komen. De knooppunten (van paden) vormen de basis van de bewegwijzering. Via duidelijke signaleringsborden fietst men van knooppunt naar knooppunt en bepaalt men zelf de route en het aantal kilometers. Voordeel is dat het de keuzevrijheid van fietsrecreanten vergroot en daardoor 'maatwerk' mogelijk maakt. Daaraan is veel behoefte.

Belangrijk is dat de producten op het gebied van het recreatief fietsen gecontinueerd worden. Nieuwe initiatieven en ideeën die bij de Provincie Flevoland worden voorgedragen voor ondersteuning zullen worden beoordeeld op de vraag of ze voorzien in een leemte in het aanbod, of de marketing voldoende stevig is en of de continuïteit geregeld is. De bedoeling is met deze aanpak een toenemend probleem het hoofd te bieden, namelijk dat (overigens met goede bedoelingen) steeds opnieuw (locale) routes worden bedacht zonder dat voldoende wordt gekeken naar het aantal (potentiële) gebruikers en naar beheer en instandhouding in de toekomst. Versnippering van energie en middelen moet op deze manier worden voorkomen. Initiatiefnemers kunnen bij het Flevolands Bureau voor Toerisme voor advies terecht.

Bij de ontwikkeling van wegen en spoorlijnen dient aandacht te worden besteed aan de handhaving van het bestaande netwerk aan fietspaden en dienen zo mogelijk verbeteringen te worden aangebracht. De Provincie Flevoland zal waar nodig initiatiefnemers aanspreken op deze verantwoordelijkheid.

4.6.3.4 ONTWIKKELING TOERVAARTROUTES BINNENWATEREN EN ATTRACTIEVE EN NATUURLIJKE OEVERS AANLEGGEN

Alle provinciale vaarten in Flevoland maken onderdeel uit van het basistoervaartnet in Nederland en zijn geschikt voor motorboten met een diepgang tot 1,50 m en een doorvaarthoogte van 2,75 m. De routes in Flevoland kenmerken zich door de rust, doch een nadeel is het al te vaak eentonige karakter van de veelal strakke lange oevers. Door de aanleg van natuurvriendelijke oevers op grote gedeelten van de vaarten worden de strakke lijnen enigszins vervangen door minder strakke lijnen. De levendigheid langs de vaarten in bebouwde gebieden, zoals in de steden Almere en Lelystad en de dorpen in de gemeenten Dronten en Noordoostpolder, wordt gestimuleerd met het vervaardigen van aanlegvoorzieningen.

Voor de bruikbaarheid en de positieve belevingswaarde zijn het onderhoud van de oevers en het op diepte houden, dus het beheer vaarten en de aanleg van de voor toerisme aantrekkelijke 'NVO-varianten', eveneens van belang.

Nieuwe vaarverbindingen, die het vaarrouthenet als geheel interessanter maken, zullen worden onderzocht.

4.6.3.5 OPENINGSTIJDEN VAN BRUGGEN EN SLUIZEN, WEEKENDOPENSTELLING

Als gevolg van de 'routeaccorden' die met aangrenzende gebieden zijn gesloten in het kader van de Beleidsvisie Recreatietoervaart Nederland zijn de bedieningstijden van bruggen en sluzen inmiddels gelijk aan die in de buurprovincies. Verdere verruiming van bedieningstijden wordt afgestemd op die in aanliggende vaargebieden. De provincie beijvert zich om ook binnen Flevoland zelf de bedieningen van gemeentelijke projecten te verruimen.

4.6.3.6 AANLEG VAN AFMEERVOORZIENINGEN

Er wordt in 2002 is onderzoek gedaan naar het gebruik van aanlegsteigers voor passanten in de provinciale vaarten. Uit de voorlopige resultaten blijkt dat de passantensteigers in bebouwde gebieden en in de natuurlijke gebieden de meeste aantrekkingskracht hebben. De aanlegvoorzieningen bij voorzieningspunten zoals jachthavens, sluzen en in dorpen worden vermoedelijk het meest gebruikt. Als het definitieve onderzoeksrapport dit vermoeden bevestigt, is het gewenst deze voorzieningen verder te versterken. De Provincie Flevoland zal daarin initiatief nemen en samenwerking voorstellen aan andere betrokken partijen. Passantensteigers langs natuurlijke oevers liggen overigens los van die oevers om onbedoeld gebruik te voorkomen. Het beleid om door middel van deze voorzieningen de beleving van natuur en landschap bij de vaarrecreanten te bevorderen wordt voortgezet.

4.6.3.7 MAATREGELEN SAMENHANG EN VEILIGHEID BEROEPS- EN RECREATIEVAART

De reeds genomen maatregelen zijn op dit moment voldoende, zeker door de geringe beroepsvaartintensiteit.

4.6.3.8 TOEGANKELIJKHEID VAN OEVERS VOOR SPORTVISSERIJ

De per auto goed bereikbare oevers lenen zich bij uitstek voor de sportvisserij. Deze oevers worden zoveel mogelijk blijvend ingericht voor deze doelgroep. Natuurvriendelijke oevers zijn veelal niet geschikt voor de sportvissers. Op daarvoor geschikte trajecten worden echter specifieke visplaatsen opgenomen in de natuurvriendelijke oevers. Voorzover dit in de provinciale vaarwegen het geval is neemt de Provincie Flevoland zelf initiatief. Voorzover dit andere beheerders betreft worden deze aangemoedigd.

4.6.3.9 VERKORTEN VERPLAATSINGSAFSTANDEN

In het vaarwegennet van Oostelijk en Zuidelijk Flevoland zijn inmiddels essentiële verbeteringen aangebracht door het gereed komen van sluis de Blauwe Dromer en de Larsersluis, waardoor een korte vaarverbinding tussen het Markermeer en de Randmeren is ontstaan. Het stelsel van provinciale vaarten, dat zich kenmerkte door grote lengten en lange afstanden is hierdoor aantrekkelijker geworden (meer afwisseling). Andere vaarverbindingen die het netwerk aantrekkelijker zullen worden onderzocht, zoals de vaarverbinding Emmeloord-Kuinre. Een vaarverbinding Emmeloord-Kuinre kan op den duur voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme zeer interessant zijn, maar moet goed worden onderzocht, onder meer op kosteneffectiviteit.

4.6.3.10 TOEGANKELIJKHEID VAN ROUTEGEBONDEN RECREATIENETWERKEN WAARBORGEN BIJ GROTE INFRASTRUCTURELE PROJECTEN

Routegebonden netwerken (waaronder fietsen, wandelen en varen), kunnen worden verstoord door de realisering van infrastructurele projecten (o.a. de aanleg van autosnelwegen en spoorlijnen). Er dient in die gevallen een afweging te worden gemaakt, waarbij dit negatieve effect wordt betrokken. In de praktijk is het vaak mogelijk om voorzieningen te treffen. Dit hoeft niet bijzonder kostbaar te zijn, mits in een vroeg stadium hieraan gedacht wordt. Belangrijk is daarom dat de bestaande routegebonden netwerken op kaart beschikbaar komen voor plannenmakers.

4.6.3.11 BEVORDERING AUTOLUW MAKEN

Door middel van de realisering van het provinciale programma voor een Duurzaam Veilig Wegennet wordt het aantrekkelijk voor het verkeer om zo snel mogelijk gebruik te maken van de z.g. stroomwegen. Dit ontlast de erftoegangswegen die ook veelal kwetsbare natuur- en recreatiegebieden ontsluiten, die daardoor aantrekkelijker en veiliger worden.

4.6.3.12 TOEGANKELIJKHEID EN VOORZIENINGEN VOOR GEHANDICAPTEN

Flevoland heeft tot dusverre aan deze doelgroep weinig bijzondere aandacht geschonken. Hierop is een aantal uitzonderingen. Enkele jaren geleden is in het Reve-Abbertbos de camping 'de Ruimte' geheel voor gezinnen met gehandicapte gezinsleden ingericht. Dit kampeerterrein heeft het 'toegankelijkheidssymbool' verworven en is uniek in Europa. Op de Tarpania's Hoeve in Swifterbant wordt langdurig zieke kinderen een vakantie op de boerderij aangeboden. In het natuurgebied de Oostvaardersplassen zijn voorzieningen voor gehandicapten. De vogelkijkhut De Kluut is toegankelijk voor rolstoelgebruikers. Ook in de Almeerderhout zijn er voorzieningen. Langs een rolstoelpad van ongeveer 6 km lengte, dat begint bij het parkeerterrein, zijn enkele picknickplaatsen. In het bezoekerscentrum van het Natuurpark Lelystad is een invalidentoilet en er zijn 'AVO-rolstoelen' te huur. Het grootste deel van het park is toegankelijk voor rolstoelgebruikers, evenals de observatiepunten. (Bron: www.tnpg.nl).

Ten aanzien van voorzieningen voor gehandicapten geldt dat er een verantwoordelijkheid ligt voor verschillende partijen en dat de recreatieve en toeristische vestigingen zullen moeten opkomen voor de belangen van mindervaliden. Wel is het denkbaar dat in samenwerking tussen bijvoorbeeld logiesaanbieders, landschapsbeheerder en bureau voor toerisme een 'op maat gesneden' geïntegreerd product voor gehandicapte recreanten en hun gezinsgenoten wordt vermarkt. De Provincie Flevoland zal initiatieven in dezen aanmoedigen.

4.6.4 VEILIGHEID EN GEZONDHEID

Veiligheid

De bestuurlijke aandacht voor het aspect veiligheid van locaties waar veel mensen bijeen zijn, is toegenomen. Er is een scala aan wetgeving: legionella, besluit horeca sport en recreatievoorzieningen, besluit over veiligheid speeltoestellen, enz. Deze is van toepassing op bijvoorbeeld evenementen, attractieparken en bungalowparken. Evident is dat veiligheid ook op kleine(re) schaal speelt, bijvoorbeeld in het geval van brandveiligheid van horeca- en andere 'gewone' recreatiefaciliteiten.

Voor elke ramp waarvan de plaats, de aard en de gevolgen denkbaar c.q. voorzienbaar zijn, kan door de betreffende burgemeester een rampbestrijdingsplan worden vastgesteld. Voor de meeste grote publiekstrekkers zijn deze in voorbereiding dan wel gereed.

Afdoende veiligheidsmaatregelen, ontruimingsplannen en rampbestrijdingsplannen die regelmatig worden geoefend zijn kwaliteitsaspecten die primair van belang zijn voor de veiligheid en de gezondheid van de bezoekers, maar daarnaast ook voor een goed imago van de voorziening en van het gebied.

De verantwoordelijkheid voor het nemen van de maatregelen die nodig zijn voor het waarborgen van de veiligheid ligt bij de exploitant van de voorziening c.q. het evenement. De gemeenten zijn belast met het toezicht op de naleving van de voorschriften. De Commissaris van de Koningin toetst de gemeentelijke rampbestrijdingsplannen aan een kader dat door de gezamenlijke Commissarissen is vastgesteld. In Flevoland wordt aan het multidisciplinair oefenen van het bestrijden van rampen nadrukkelijk aandacht besteed. Op provinciale schaal speelt ook nog de aandacht voor verkeersveiligheid. Voor aanvullingen in het kader van het BART is overigens geen aanleiding.

Gezondheidszorg voor recreanten en toeristen

Met name langs de stranden zijn 's zomers grote aantallen recreanten aanwezig. Ook in de Eemhof verblijven het gehele jaar zoveel mensen dat de vraag door de huisartsen in Zeewolde is opgeroepen

wie de verantwoordelijkheid draagt voor de medische zorg voor deze recreanten. Die vraag klemmt des te meer nu er een groot tekort aan huisartsen is. De 'taskforce huisartsen' heeft aanbevelingen gedaan om dit tekort te verkleinen. Voor de langere termijn is een vergroting van het aantal huisartsen het doel. Voor de kortere termijn kan daarnaast het aanstellen van praktijkverpleegkundigen en het instellen van een huisartsenpost voor de hulpverlening buiten kantooruren bijdragen aan het verkleinen van het tekort aan huisartsenzorg. Dat aanbod zal evenwel niet toereikend zijn voor de piekbelastingen die zich in een klein gedeelte van het jaar voordoen. De provincie kan in voorkomende gevallen de partijen bij elkaar brengen. In overleg met de branche wordt binnen de sector naar oplossingen voor spoedeisende zorg gezocht. Voor de overige medische zorg blijft de recreant aangewezen op de zorg in zijn woonplaats.

Naast de spoedeisende huisartsenzorg is de spoedeisende hulp door ambulances van belang voor recreanten. De vervoerder overlegt met de financier om middelen te krijgen die het mogelijk maken in recreatiegebieden voor een groter aanbod te zorgen op de momenten van het jaar waarop het nodig is.

In 3.2 is reeds ingegaan op het aspect gezondheidsrisico's rond roken, alcohol, drugs en sex. Ten aanzien van particuliere publieksruimte wordt ondernemers in de sector recreatie en toerisme, in overweging gegeven – voorzover dit niet gerealiseerd is – of en hoe zij op deze trend van bewust niet-roken in willen en kunnen spelen. Uitgangspunt is dat zowel niet-rokers als rokers zich prettig voelen. Goed gepositioneerde en geconditioneerde 'niet-rokers'-ruimten c.q. segmenten zijn een optie binnen faciliteiten en gelegenheden. Via een 'geheel' rookvrije-aanpak wordt nog rigoureuzer c.q. consequenter op dit groeiende publiekssegment ingespeeld en een steeds belangrijker nichemarkt bediend. De provincie heeft hier geen regulerende of handhavende rol doch slechts een bewustmakende en indicerende rol.

4.6.5 ECONOMISCHE RANDVOORWAARDEN

4.6.5.1 BEELDBEPALENDE 'TREKKERS' EN FINANCIËLE STIMULANSEN

De bijdrage van de sector recreatie en toerisme aan de totale werkgelegenheid in Flevoland is ca. 4%, zoals eerder aangegeven. De grootste bijdrage leveren de bungalowparken (25% van de werkgelegenheid) en de grote toeristische attracties (17%). Daarna komen waterrecreatie (17%), de evenementen (11%) en de campings (10%). De overige 20% komt voor rekening van de overige categorieën (hotels, kleine attracties, musea, natuurgerichte recreatie, e.d.). Minder dan 10 recreatief-toeristische bedrijven horen tot de categorie 'grote bedrijven' (meer dan 100 arbeidsplaatsen). De rest behoort tot de kleine en middelgrote bedrijven (gegevens werkgelegenheidsenquête, april 2001).

Voor een bloeiende bedrijfstak zijn investeringen in vervanging en vernieuwing van vitaal belang. Het midden- en kleinbedrijf (waartoe de sector recreatie en toerisme behoort) ondervindt op dit punt soms problemen. Daar komt bij dat er in Flevoland verhoudingsgewijs minder gunstige omstandigheden zijn, zoals de grote onderlinge afstand van voorzieningen en de lage 'dichtheid' ervan in recreatief-toeristische gebieden, waaronder de steden. Restaurants bijvoorbeeld liggen vaak ver uit elkaar en de inwoners komen al snel in de verleiding om voor vertier naar nabije grote steden te trekken (Utrecht, Amsterdam).

Het is dus nodig om onderscheidende, kwalitatief hoogwaardige voorzieningen in zowel de stedelijke gebieden als de toeristische ontwikkelingszones van de grond te krijgen om uitgaande consumenten vast te houden en toeristen aan te trekken. Een belangrijk middel daartoe is een stimulerend beleid om beeldbepalende, onderscheidende toeristische voorzieningen aan te trekken (Aviodome, recreatief medegebruik Oostvaardersplassen, Kasteel van Almere, enz.). In het kader van de wettelijke ruimtelijke ordeningstaken (planning, toetsing, etc.) kan de Provincie Flevoland sturen op hoogwaardige stedelijke omgevingskwaliteit (bijv. Stadshart Almere, Almere-Poort, Almere-Haven, Lelystad Centrum en Lelystad Kustzone).

Verder kan de sector recreatie en toerisme profiteren van de bestaande generieke stimulerende maatregelen in de regio voor de MKB-bedrijven in het algemeen. Vanuit de groeitaak van de Provincie

Flevoland zijn er immers maatregelen ter stimulering van de werkgelegenheid in het algemeen en van het MKB-bedrijf in het bijzonder. Deze kunnen uiteraard ook toegepast worden op de sector recreatie en toerisme.

4.6.5.2 ARBEIDSMARKT

De sector recreatie en toerisme vraagt verhoudingsgewijs veel lager geschoold personeel (bijvoorbeeld schoonmaak en bediening). In de Flevolandse arbeidsmarkt is juist deze categorie goed vertegenwoordigd en sluit daarom kwalitatief goed aan bij de vraag. De krapte op de arbeidsmarkt stelt veel ondernemers voor problemen bij het vinden en aan zich binden van personeel. Daarbij komt dat veel horeca- en recreatieondernemers in belangrijke mate afhankelijk zijn van seizoens- en hulpkrachten. Indien door bepaalde investeringen seizoensverlenging gerealiseerd wordt, kunnen medewerkers het jaar rond in dienst blijven, waardoor de kwaliteit van het bedrijf beter in stand kan worden gehouden.

Een probleem waar de bedrijven in de praktijk nogal eens tegenaan lopen is met name het vervoer van werknemers van en naar het bedrijf (zie ook 4.6.3.2 'Mobiliteitsaspecten en bereikbaarheid van voorzieningen per openbaar vervoer, voorkoming files'). De indruk bestaat overigens dat de grote bedrijven daar meer mee te maken hebben dan de kleine. In een aantal gevallen sluit de arbeidsmarkt niet goed aan op de behoefte. In het kader van het Actieprogramma van het BART zal in de toekomst aandacht besteed worden aan de opleidingsbehoefte en tezamen met de brancheorganisaties worden gezocht naar oplossingen.

4.6.5.3 INFORMATIE- EN COMMUNICATIETECHNOLOGIE (ICT)

Hoewel de eerste hausse van ICT inmiddels achter de rug is, is ICT voor de sector recreatie en toerisme van snel toenemend belang. Niet alleen raken de consumenten gewend aan het gebruik van internet voor het kiezen van hun bestemming en is er een toenemend aantal mogelijkheden voor online-boeking, ook biedt ICT allerlei mogelijkheden, bijvoorbeeld op het gebied van automatisering van bedrijfsvoering (bijvoorbeeld zwembaden) en van het beïnvloeden van verkeersstromen, waardoor congestieverschijnselen in het vervoer kunnen worden tegengegaan en een betere spreiding van bezoekers over het seizoen en het gebied binnen de mogelijkheden komen. Er zijn allerlei mogelijkheden voor regionale samenwerking en stimulansen die de betekenis van ICT voor Flevoland positief kunnen beïnvloeden.

4.6.5.4 EUROPA

Europa is de meest bezochte toeristische bestemming ter wereld. Vier van de zes populairste bestemmingen in de wereld zijn EU-landen. Vier van de zes populairste bestemmingen in de wereld zijn EU-landen. Europa is de meest bezochte toeristische bestemming ter wereld. Veel toeristen komen voor de diversiteit van het natuurschoon: bergen, zeeën, rivierdalen, duinen en stranden, moerasgebieden, rotskusten, meren, weidegebieden, wouden, toendra's, enz. Ook de rijke Europese geschiedenis trekt velen: prehistorische graven, Griekse en Romeinse oudheid, Viking- en Moorse overblijfselen, middeleeuwse burchten, Renaissancegebouwen, barokkerken, schilder- en beeldhouwkunst, enzovoort. Ook voor de activiteiten komen veel liefhebbers: allerlei winter- en zomersporten, fietsen, wandelen, zeilen, bijvoorbeeld. Verder zijn er bruisende steden, kunst en muziek genieten en de gevarieerde culinaire tradities.

In de sector recreatie en toerisme is de consument voor een belangrijk deel georiënteerd op de buitenlandse markt. In de loop van de jaren is reizen in Europa steeds gemakkelijker geworden door het verdwijnen van de meeste paspoort- en bagageformaliteiten en onlangs natuurlijk ook door de invoering van de euro in 12 van de 15 EU-landen. Binnen de eurozone hoeven reizigers voortaan geen geld meer te wisselen en kunnen ze makkelijk de prijzen vergelijken en het betalingsverkeer is vereenvoudigd. Het effect is tweeledig: enerzijds worden concurrentie-effecten versterkt, anderzijds komt een grotere markt binnen bereik. Toeristen van buiten de EU wordt het gemakkelijker gemaakt

om meerdere landen te bezoeken. Bedrijven die zich weten te onderscheiden op kwaliteit en prijs, worden nieuwe kansen geboden.

Behalve de markteffecten zijn de Europese regelgeving en beleidsmaatregelen een factor van toenemende betekenis. Flevoland heeft hier dankzij het vorige Europese doelstelling-1-programma (EPD 1994-1999) mee kennis gemaakt en heeft de weg naar 'Europa' gevonden. In het nieuwe Europese programma (EPD 2000-2006) is recreatie en toerisme een belangrijk onderdeel. Daarnaast worden de Europese communautaire initiatieven zoveel mogelijk benut (Leader Plus en Interreg III). Interregionale samenwerking kan nieuwe impulsen opleveren voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme. Door diverse programma's wordt bijvoorbeeld culturele uitwisseling tussen Europese regio's bevorderd.

5 ACTIEPROGRAMMA: OVERZICHT VAN ACTIES EN PROJECTEN

5.1 INLEIDING

Dit hoofdstuk bevat een korte- én middellangetermijn Actieprogramma op hoofdlijnen. Dit actiegedeelte van BART is gebaseerd op de analyse die in hoofdstuk 2 werd geboden, de visie die in hoofdstuk 3 werd gepresenteerd, en de vijf strategieën die in hoofdstuk 4 werden toegelicht en die op realisering van bedoelde visie zijn gericht.

Bedoeling is dat dit korte- én middellangetermijn Actieprogramma concreet en gedetailleerd vertaald wordt in een operationele cyclus van jaaractieprogramma's. Deze werkwijze stelt in staat flexibel en pragmatisch in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en op thans nog onvoorziene kansen en bedreigingen. Het in dit BART gepresenteerde Actieprogramma is dus geprogrammeerd op hoofdlijnen en globaal richtinggevend. Voor wat de provincie zelf betreft, in haar rol van mede-actor, is dit Actieprogramma meer taakstellend en minder vrijblijvend. Voor wat die activiteiten betreft die primair door derden dienen te worden opgepakt, is dit Actieprogramma vooral richtinggevend, enthousiasmerend en kansen biedend; het kan in die zin niet dwingend zijn, maar geeft niettemin duidelijke accenten die in combinatie met de te publiceren beleidsregel BART sterk bepalend zijn voor de wijze waarop het financiële stimuleringsinstrumentarium van de provincie zal worden ingezet.

Een concrete vertaling in budgettaire termen en financiële accenten is eerst echt aan de orde bij bedoelde jaaractieplannen. Deze keuze wordt niet in de laatste plaats ingegeven door de complexiteit van de financieringsaspecten van dit Actieprogramma; bedoeld wordt hier onder meer op het feit dat de provincie zowel het eigen reguliere instrumentarium en de eigen provinciale begroting kan inzetten als de middelen van het nieuwe Europese programma, het EPD 2000-2006. Daarbij zijn deels andere criteria en processen aan de orde waardoor een strakke, budgettaire programmering wordt bemoeilijkt.

Een vooralsnog globaal ingevuld kort- én middellangetermijn Actieprogramma biedt voorts vrijheidsgraden aan de volgende Provinciale Staten en Gedeputeerde Staten hetgeen van betekenis is in het licht van de voorjaar 2003 te houden provinciale verkiezingen.

Vertaling in jaaractieprogramma's, met telkens een blik vooruit op het daarop volgende jaar, biedt voorts de beste methodiek om effectief in te haken op de provinciale begrotingscyclus.

5.2 TOELICHTING OP HET ACTIEPROGRAMMA

Het onderstaande Actieprogramma (zie 5.3 t/m 5.7) is, zoals gezegd, onderverdeeld volgens de 5 strategieën die in hoofdstuk 4 zijn uiteengezet. Een aantal kanttekeningen dient hierbij te worden gemaakt.

Elke strategie wordt geoperationaliseerd middels een aantal acties. Elke actie wordt op haar beurt geoperationaliseerd in een of meerdere concrete projecten, dan wel in projectideeën.

Het Actieprogramma heeft ten doel een zo compleet mogelijk pakket te bieden dat een vertaling is van de eerder geformuleerde strategieën en langs die weg realisering van de in het BART geformuleerde visie en doelstellingen te bevorderen.

De projecten lopen uiteen. In sommige gevallen zijn ze reeds in uitvoering (het BART kent een 'vliegende start'). Andere projecten staan op het punt te worden uitgevoerd. Ook kan het voorkomen dat projecten in voorbereiding zijn, maar dat er nog besluitvorming moet plaatsvinden. Tenslotte worden projectideeën aangedragen die aangeven op welke wijze de betreffende actielijn tot uitvoering zou kunnen worden gebracht. De functie van deze projectideeën is vooral illustratief. Het aantal projectideeën dat per actie wordt genoemd, houdt niet noodzakelijk verband met het belang van de betreffende actie. Het feit dat ze genoemd worden, betekent niet dat ze onvoorwaardelijk ondersteuning verdienen. Om het

Actieprogramma tot uitvoering te brengen, zijn afspraken met de daarbij betrokken partijen noodzakelijk.
Zie ook paragraaf 6.2 'Organisatiestructuur'.

5.3 PRODUCTONTWIKKELING EN INNOVATIE (A)

<p><u>Actie</u> Kwaliteitsverbetering van het toeristisch-recreatieve routenetwerk</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Kwaliteitsverbetering hoofdroutestructuur fietsen (LF 20 Flevoroute, LF 15 Boerenlandroute, LF 21)- Uitbreiding hoofdroutestructuur fietsen (LF 9 NAP-route)- Kwaliteitsslag ANWB fietsroutes- Knooppuntensysteem- Netwerk trekkershutten- Netwerk gereguleerde overnachtingplaatsen voor campers (GOP)- Vergroting rondvaartmogelijkheden en nieuwe vaarroutes (bijv. Lemstervaart-Linde/Tjonger)- Belevingswaarde en openbare voorzieningen vaarroutes- Aanvullende toeristische voorzieningen in het landelijk gebied- Ruiter- en menroutes met een toeristische functie	a1
---	----

<p><u>Actie</u> Vestiging nieuwe attracties</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Luchtvaartthemapark- Natuuractiviteitencentrum Oostvaardersplassen- Eén of meer nieuwe 'pretparken', mega-attracties met kwaliteitskarakter	a2
---	----

<p><u>Actie</u> Nationale evenementen</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Haalbaarheid en realisatie nationaal evenemententerrein- Projecten à la Floriade- Eén of meer nieuwe nationale evenementen bedenken én organiseren	a3
--	----

<p><u>Actie</u> Versterking hotelcapaciteit</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nieuwe vestigingen op ontwikkelingslocaties recreatie en toerisme- Projecten à la Kasteel Almere en Dorhout Mees	a4
---	----

<p><u>Actie</u> Verlenging verblijftijd van toeristen</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Arrangementen- Logiesaccommodatie- Versterking van op toeristen gericht horeca-aanbod binnen en buiten de steden	a5
--	----

<u>Actie</u> Ontwikkeling van een golfbaan <u>Projectideeën</u> - Golfbaan op daarvoor geschikte locatie (bijvoorbeeld 'corridor' Noordoostpolder)	a6
---	----

<u>Actie</u> Versterking waterrecreatie <u>Projectideeën</u> - Vergroting havencapaciteit afstemmen op de marktvraag - Waterfestival	a7
--	----

<u>Actie</u> Kwaliteitsverbetering en gastheerschap <u>Projectideeën</u> - Bewustmakings- en scholingsproject entameren op dit onderwerp - Waterfestival	a8
--	----

5.4 PROMOTIE EN IMAGOVERSTERKING INTEGREREN IN GEBIEDSMARKETING (B)

<p><u>Actie</u> Gebiedsmarketing op basis van versterking van het gebiedseigene</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nadere invulling onderscheidende gebiedsmarketing, 'branding' Flevoland- Flevoland vakantiebon- 'Gebiedseigen' 'aankleding' 'NAP'-route (zie actie a1): peilschaal, scheepswrak, havenhoofd, enz.- A6 gebruiken als toeristische 'inleiding' op Flevoland (plan en uitvoering)- 'Villages of tradition'	b1
---	----

<p><u>Actie</u> Ontwikkeling Flevolands Bureau voor Toerisme van promotie- naar marketingorganisatie</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nulmeting en marktrapport- Sturing activiteiten op effectmeting- Invoering 'performancecontract' aanpak	b2
--	----

<p><u>Actie</u> Gebiedsgericht 'verkopen' van deelgebieden 'steden', 'randmeren' en 'Noordelijk Flevoland'</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Gebiedsgerichte invulling van marketing en promotie- Gebiedsspecifiek aanbod	b3
--	----

<p><u>Actie</u> Deelnemen aan nieuwe promotie- en productontwikkelingstrajecten met partners buiten Flevoland</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- De Gouden Cirkel, toeristisch product en marketing Zuiderzeeprovincies- Sail Track, zeilende veerverbindingen	b4
--	----

<p><u>Actie</u> Product/marktcombinaties voor nieuwe doelgroepen, niche-markets, special-interest-toerisme</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Toeristisch arrangement voor gehandicapten/rolstoelgebruiker (verblijf en bezoeksdoel)- 'Annie M.G.Schmidt-huis'- Uitbreiding aanbod zorgboerderijen	b5
---	----

5.5 SYNERGIE VAN RECREATIE EN TOERISME MET ANDERE SECTOREN (C)

	c1
<u>Actie</u>	
Versterking van de belevingswaarde van het openbaar gebied en landschap, inclusief het water	
<u>Projectideeën</u>	
<ul style="list-style-type: none">- Ontwikkeling kuststroken Lelystad en Almere- Versterking attractiviteit stadscentra voor toeristen- IIVR-projecten Randmeren- Openbare aanlegplaatsen 'Gastvrije Meren'- Stranden revitaliseren- Dorpen aantrekkelijker maken voor toeristen	

	c2
<u>Actie</u>	
Recreatief medegebruik natuur- en landbouwgebieden en waterhuishoudingsplannen	
<u>Projectideeën</u>	
<ul style="list-style-type: none">- Bird watching event- Natuurrecreatie ontwikkelen tot volwassen toeristisch-recreatief product; toegankelijkheid natuurgebieden- Agritoerisme: inventarisatie mogelijkheden en bevordering diversiteit, samenhang en marketing. Voorbeelden van product/marktcombinaties: bezoek aan de boerderij, logies en ontbijt, bierbrouwen bij de boer, kookclinic streekgerechten, cursus ligfietsen, weekend vlotvaren + kamperen in blokhutten, verruim uw horizon, duikschool, cursus beeldhouwen met speksteen, kaasmaken en proeven, melken voor amateurs, dagje hooien, zelf appels plukken, Flevolands drinkwaterkuur, koeien schilderen op linnen, cursus buizenversterkers bouwen, textiel verven met planten, therapeutisch paardrijden met gehandicapten, wandelavontuur op het platteland, kamperen voor beginners, enz.- 'Ruige routes'- 'Pionierspad'- 'Rivierduingebied': gidsen, rondleidingen, wandelen, enz. in relatie met fietshoofdroute- Nieuwe landgoederen- Bij de plannen voor en inrichting van gebieden die het waterbergend vermogen vergroten ('retentiegebieden') recreatie en toerisme-ontwikkeling integreren- Bij projecten ter versterking van de natuurfuncties ook het recreatief medegebruik regelen c.q. bevorderen- Product/marktcombinatie 'Ecologisch toerisme' ontwikkelen (zoals natuurvriendelijk kamperen in de PEHS)	

	c3
<u>Actie</u>	
Cultuurtoerisme en cultureel erfgoed: productontwikkeling en marketing	
<u>Projectideeën</u>	
<ul style="list-style-type: none">- Cultureel erfgoed inpassen in bestaande en nieuw te ontwikkelen recreatieve routes en netwerken- Thema 'polders' uitwerken in samenwerking met Nederlandse wereld-erfgoedmonumenten Kinderdijk, gemaal Wouda, de Beemster- Project Watermensen- 'Land Art'/Landschapskunst (en de Verbeelding) toegankelijk maken voor daarvoor geïnteresseerde doelgroep, verbeterde marketing en combinaties met culturele evenementen- 'Edutainment' en 'living history' ontwikkelen op daarvoor geschikte locaties (o.a. Urk, Schokland, Werkeiland Lelystad-Haven), in combinatie met bijvoorbeeld wandelroutes ('Basaltroute') en informatie ('Historisch Buitenmuseum Flevoland')	

- Routes en excursies naar bijzondere woongebieden (vergelijkbaar met Filmwijk en Nagele)
- Thema 'archeologie' relateren aan routenetwerk en opgegraven scheepswrak presenteren
- WOII vliegtuigwrak uitgraven en op locatie presenteren

5.6 KRACHTENBUNDELING EN ORGANISEREND VERMOGEN VERSTERKEN (D)

<p><u>Actie</u> Samenwerking in productontwikkeling, marketing en promotie, kwaliteit</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- NORT-consulent (doel: stimulering van kwaliteitsverbetering en professionalisering van de recreatie-, watersport en horecabranche)- Samenwerking promotieorganisaties- Bevordering samenwerking culturele en toeristisch-recreatieve organisaties, m.b.t. evenementen, cultureel erfgoed, etc.	d1
--	----

<p><u>Actie</u> Uitwisseling van kennis en ervaring binnen Flevoland</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Monitor recreatie en toerisme- Monitor waterrecreatie- Uitwisseling cijfers tussen betrokken organisaties binnen de Provincie Flevoland	d2
--	----

<p><u>Actie</u> Samenwerking met Europese regio's op basis van gemeenschappelijk belang</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Eén of meer Interregproject(-en) recreatie en toerisme	d3
--	----

5.7 BASISCONDITIES VERSTERKEN (E)

(BASISCONDITIES VERSTERKEN:) RUIMTELIJKE ORDENING (E1)

e1-1
<p><u>Actie</u> Invulling zwaartepunten, recreatie-ontwikkelingzones en steunpunten, ruimtelijke vertaling en stimulering van thematische samenhang in verbindingzones</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Invulling zwaartepunten in overleg met gemeenten en bedrijfsleven- Ontwikkeling 'steunpunten' in het landelijk gebied- Met betrokken ondernemers en Landschapsbeheerders (Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Flevolandschap), gemeenten, Flevolands Bureau voor Toerisme, thema's invullen- Communiceren met bedrijven over bestaande mogelijkheden en beperkingen met betrekking tot ontwikkelingen- Opvangfunctie bedrijven van het 'oude land' die ontwikkelingsruimte zoeken of om planologische redenen moeten verplaatsen- Door- en uitwerking Vogelrichtlijn monitoren en eventuele knelpunten signaleren richting Rijk/Europese Unie

e1-2
<p><u>Actie</u> Voorkomen van versnippering van recreatief/ toeristische samenhang als gevolg van infrastructuur en andere oorzaken</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Instandhouding verbindingen meewegen bij beslissingen aanleg nieuwe infrastructuur- Voorzieningen (indien doorsnijding onvermijdelijk is)

e1-3
<p><u>Actie</u> Voorkomen permanente bewoning op ontwikkelingslocaties voor recreatie en toerisme</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Initiatieven vakantiewoningen in de toeristische sfeer zowel stimuleren als nadrukkelijk toetsen- Voorkomen permanente bewoning op ontwikkelingslocaties voor recreatie en toerisme planologisch vastleggen (waar nog nodig)

e1-4
<p><u>Actie</u> Veiligstelling ruimte voor ontwikkeling voor de toekomst</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Ontwikkelingslocaties opnemen in Omgevingsplan (uitwerking, herziening) en bestemmingsplannen

(BASISCONDITIES VERSTERKEN:) MILIEU EN DUURZAAMHEID (E2)

<p><u>Actie</u> Situering lawaaiproducerende buitensporten in daarvoor aangewezen recreatiesteunpunten</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Voorzieningen afstemmen op toekomstige behoefte	e2-1
--	------

<p><u>Actie</u> Relatie van milieuversterkende projecten met recreatief-toeristische gebiedsmarketing</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nieuwe aanpak zwerfvuil langs wegen en in recreatie- en natuurgebieden- Milieubarometer- Milieuscan bedrijven- Blauwe wimpel	e2-2
---	------

(BASISCONDITIES VERSTERKEN:) BEREIKBAARHEID (E3)

<p><u>Actie</u> Verbetering toegankelijkheid van natuur- en recreatiegebieden in de omgeving van de stad vanuit woongebieden</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Fiets- en wandelroutes naar recreatiegebieden rond de stad	e3-1
---	------

<p><u>Actie</u> Geleiding en spreiding van toeristisch-recreatief verkeer</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Verkeersaanbodafhankelijke routes- Vervoersmanagement bij grote evenementen- Fysieke knelpunten wegnemen- Verbetering routebewegwijzering	e3-2
--	------

<p><u>Actie</u> Nieuwe vaarverbindingen en kwaliteitsverbetering</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Onderzoek kosteneffectiviteit vaarverbinding Emmeloord-Kuinre	e3-3
--	------

<p><u>Actie</u> Vernieuwende oplossingen en combinaties met openbaar vervoer</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Kabelbaan Lelystad Centrum - Museumkwartier- Combinaties: spoorlijn, shuttlebussen, transferium, veerverbindingen als bijdrage aan oplossen verkeerscongestie	e3-4
---	------

(BASISCONDITIES VERSTERKEN:) VEILIGHEID EN GEZONDHEID (E4)

<p><u>Actie</u> Bewustmaking niet-roken in relatie tot gebiedsmarketing</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Niet-roken benaderen als toegevoegde waarde voor de kwaliteit van het aanbod- Kalender van rookvrije evenementen	e4-1
---	------

<p><u>Actie</u> Gezondheidszorg toeristen</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Eventuele knelpunten oplossen	e4-2
---	------

<p><u>Actie</u> Bewustmaking bedrijfsleven t.a.v. veiligheid en risicovol vrijetijdsgedrag (alcohol, veilige sex, drugs)</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Bedrijven betrekken bij preventie	e4-3
--	------

<p><u>Actie</u> Creëren van faciliteiten voor doelgroep niet-rokers</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Bij subsidieverlening voorwaarde stellen dat rookvrije ruimte aanwezig is	e4-4
---	------

(BASISCONDITIES VERSTERKEN:) ECONOMISCHE RANDVOORWAARDEN (E5)

<p><u>Actie</u> Stimulering toepassing ICT in recreatie en toerisme</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Inzet ICT bij verbetering 'online' boekingen/ reserveringen- Toepassing nieuwe media bij informatie recreatie en toerisme Flevoland- Toepassing ICT bij route-informatie- Infozuilen	e5-1
---	------

<p><u>Actie</u> Deelname aan Europese toeristenmarkt</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Consequent gebruik Engels, Frans en Duits bij toeristische promotie Flevoland en onderdelen. Toevoegen Spaans, Italiaans en Japans als daartoe qua doelgroep aanleiding is.	e5-2
--	------

<p><u>Actie</u> Arbeidsmarkt: opleiding, vraag/ aanbod, vervoer, scholing en bemiddeling</p> <p><u>Projectideeën</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Tezamen met brancheorganisaties bepalen van opleidingsbehoefte en daarin zo nodig voorzien.	e5-3
--	------

6 Instrumentarium en organisatie

6.1 INLEIDING

Het toeristisch-recreatieve beleid van de provincie Flevoland is gericht op het bevorderen van een vitale, sterke en duurzame sector recreatie en toerisme en een recreatief-toeristische infrastructuur die evenwichtig meegroeien met de omvang van de bevolking, tegemoet komen aan de recreatieve wensen van de inwoners van Flevoland en die aantrekkingskracht hebben op de toeristische markt. Wil dit beleid succesvol zijn, dan is het noodzakelijk dat de activiteiten van overheden en semi-overheden, bedrijfsleven, brancheorganisaties en het Flevolands Bureau voor Toerisme zo goed mogelijk op elkaar afgestemd worden.

Het Flevolands toeristisch-recreatief product is per definitie een samengesteld product. Het wordt voortgebracht door een grote verscheidenheid van (semi-)overheden, commerciële en intermediaire organisaties. Ook leveren uiteenlopende beleidsvelden (onder meer cultuur, recreatie, economie, verkeer en vervoer, ruimtelijke ordening) hun inbreng en bepalen daarmee de kwaliteit van het toeristisch-recreatief eindproduct, de attractiviteit en waardering van de toerist of recreant.

Het bevorderen van recreatie en toerisme in Flevoland is een belangrijke taak van de provincie. De beleidsvormende rol van de provincie op het terrein van toerisme en recreatie is groot en zal verder toenemen als gevolg van de voorziene snelle bevolkingsgroei, maar ook doordat er voor het middenbestuur meer ruimte ontstaat door een zich geleidelijk terugtrekkende Rijksoverheid. Het beleid van de Rijksoverheid heeft zich geïntensiveerd rond de totstandkoming van het Toeristisch Huis. Het Toeristisch Huis is een krachtenbundeling van de toeristische bedrijfskolom op nationaal en regionaal niveau. Deze ontwikkeling heeft zich inmiddels uitgekristalliseerd in de totstandkoming van TRN (Toerisme en Recreatie Nederland) en heeft ook gevolgen voor de positie, kerntaken, werkwijze van de regionale spitsorganisaties, zoals het Flevolands Bureau voor Toerisme.

6.2 ORGANISATIESTRUCTUUR

De provincie voert, zoals gezegd, het beleid op het terrein van toerisme en recreatie zeker niet alleen uit. Door de verantwoordelijkheid te leggen c.q. te laten bij het Flevolands Bureau voor Toerisme, gemeenten, natuurorganisatie, landschapsbeheerders, toeristisch bedrijfsleven, intermediaire organisaties (Kamer van Koophandel) en belangenbehartigers wordt betrokkenheid, creativiteit, slagvaardigheid en maatwerk bevorderd. Een optimale organisatiestructuur op het gebied van promotie, marktkennis, informatie-uitwisseling en innovatieve productontwikkeling en projectuitvoering draagt sterk bij aan de beoogde eindresultaten en beleidseffecten.

Een belangrijke opdracht in het licht van een effectieve marketing (inclusief productinnovatie) op provinciaal niveau is in dit verband ook een effectieve afstemming en overleg tussen c.q. over landelijke, regionale en lokale activiteiten en projecten. Het gaat daarbij overigens niet alleen om marketing, maar omvat de gehele beleidscyclus, inclusief de uitvoering van recreatieve projecten.

Recreatie en toerisme verlangen vanuit de aard van het beleidsveld een samenwerking tussen partijen: overheid, bedrijfsleven en intermediaire organisaties. Een optimale samenwerking tussen deze partijen is essentieel voor het succes van de ontwikkeling van de sector. Het Flevolands Bureau voor Toerisme speelt hierbij een zeer belangrijke rol.

Om de gestelde BART-ambities (zie hoofdstuk 1 'Doelstellingen') te kunnen realiseren, zullen de bestaande overlegstructuren van de provincie met gemeenten en de verschillende koepels in de toeristisch-recreatieve sector meer moeten worden toegesneden op de ambities en doelstellingen van het BART, waarbij het bestaande bestuurlijk overleg met het Flevolands Bureau voor Toerisme een belangrijk beleidsinstrument vormt.

Daarnaast zal het overleg met brancheorganisaties HISWA, RECRON, Koninklijke Horeca Nederland en met gemeenten, dat er op gericht is om signalen, knelpunten, kansen en belemmeringen rond een evenwichtige ontwikkeling van de sector onder de aandacht te brengen van de verantwoordelijke beleidsvormers en belangenbehartigers, verder worden gestroomlijnd in een nieuw te ontwerpen samenwerkingsmodel. Dit nieuwe samenwerkingsmodel zal in nauw overleg met de sector worden ontwikkeld, waarbij de inbreng en krachten van bedrijfsleven, brancheorganisaties, intermediaire organisaties en gemeenten zoveel mogelijk worden gekanaliseerd.

Zie ook hoofdstuk 1 (onder 1.4 'Vervolg').

6.3 DE ROL VAN DE PROVINCIE, ANDERE OVERHEDEN, BEDRIJFSLEVEN EN OVERIGE ORGANISATIES

6.3.1 ROL VAN DE PROVINCIE

De belangrijkste taken van de provincie op het gebied van toerisme en recreatie zijn:

- beleidsontwikkeling en uitvoering, het scheppen van gunstige voorwaarden voor de ontwikkeling van toerisme en recreatie in Flevoland, zorg voor voldoende expansieruimte, faciliteiten, subsidies, onder meer door het inbedden van toerismebelangen in het integraal provinciale beleid
- (economische) gebiedspromotie en imagoverbetering, in aansluiting op de activiteiten van het FBT;
- het monitoren van beleid en economische effecten, in aansluiting op de activiteiten van het FBT;
- een geïntegreerde benutting van het instrumentarium op het gebied van onder meer ruimtelijke ordening, stedelijke ontwikkeling, fysieke infrastructuur, milieu, cultuur, veiligheid en subsidieverstrekking (Europees Programma)
- het stimuleren van regionale toeristische ontwikkelingen per (toeristisch) deelgebied.

De rol van de provincie varieert naar belang en thema. Zo is de rol van de provincie met betrekking tot positionering, marketing en promotie voorwaardenscheppend, door zorg te dragen voor de financiering van het Flevolands Bureau voor Toerisme als regionale spitsorganisatie. Op het gebied van de ruimtelijke ordening stelt zij de prioriteiten vast, zorgt zij voor evenwichtige afstemming van belangen en zorgt zij er in samenwerking met gemeenten voor dat er voldoende expansieruimte is voor recreatieve ontwikkelingen. Onderscheiden kunnen worden de volgende rollen:

- initiërend: de provincie neemt zelf het initiatief om producten en projecten te ontwikkelen
- stimulerend: de provincie zet derden aan tot het ontwikkelen van producten, diensten, markten en projecten
- regisserend: de provincie neemt zelf het voortouw en is richtinggevend bij de toeristische ontwikkeling
- coördinerend: de provincie vervult een afstemmende rol bij de toeristische ontwikkeling
- faciliterend: de provincie ondersteunt met subsidies en andere middelen
- voorwaardenscheppend: de provincie creëert beleidskaders om bepaalde ontwikkelingen mogelijk te maken en toetst nieuwe ontwikkelingen aan vigerend beleid
- uitvoerend: de provincie vervult een actieve rol bij de realisering

De provincie wil samen met het toeristisch bedrijfsleven en intermediaire instanties (zoals Kamer van Koophandel, RECRON, HISWA) en medeoverheden een actieve rol spelen en kansrijke initiatieven stimuleren en letterlijk de ruimte bieden door het voeren van een faciliterend ruimtelijk beleid. Ook wil de provincie gunstige voorwaarden scheppen en kansrijke ontwikkelingen ondersteunen. Voorbeelden hiervan zijn subsidies in het kader van het Europees Vervolg Programma (EPD 2000-2006) en de eigen provinciale begroting, medefinanciering van het Flevolands Bureau voor Toerisme en het bevorderen van samenwerking. Mede door het beschikbaar stellen van informatie kan de samenwerking en afstemming tussen de verschillende actoren worden bevorderd en kunnen knelpunten die een gezonde ontwikkeling in de weg staan, worden verzachten of worden weggenomen (interventiebeleid).

De bijzondere landschappelijke en natuurlijke kwaliteiten van Flevoland zijn niet alleen decoratie, maar zijn ook de fysieke recreatieve ruimte waar toeristisch-recreatieve ontwikkelingen feitelijk plaatsvinden. Het handhaven van deze kwaliteiten is daarom mede bepalend voor de beleving en waardering van het toeristisch-recreatief product Flevoland door de doelgroepen. Dit betekent dat bij kansrijke sectorale

ontwikkelingen in Flevoland altijd gestreefd wordt deze in harmonie en evenwicht te brengen met economische, maatschappelijke en ecologische belangen. Het is de verantwoordelijkheid van de provincie om deze belangen zo optimaal mogelijk op elkaar af te stemmen. Het belangrijkste instrument hierbij is het Omgevingsplan. In termen van de door het Interprovinciaal Overlegorgaan (IPO) gegeven provinciale functietypologie komt dit neer op een actieve rol opvatting als gebiedsregisseur, intermediaire probleemoplosser, kennispool, scheppend coördinator en politiek bestuurlijk partner voor gemeenten, terreinbeherende instanties en het bedrijfsleven. In een gebied dat geen recreatieschappen kent, drukt de verantwoordelijkheid als gebiedsregisseur nog zwaarder daar waar het bovengemeentelijke afstemming op het terrein van recreatieve voorzieningen betreft.

Dit sluit aan bij het decentralisatiebeleid (het doorschuiven van bevoegdheden van het rijk naar lagere overheden zoals de provincie), dat al door vorige kabinetten in gang is gezet. De provincies moeten een sterkere, integrerende en arbitrerende rol gaan vervullen. Als legitimering kan worden aangevoerd dat problemen veelvuldig het beste kunnen worden opgelost op een regionaal schaalniveau.

6.3.2 ROL VAN HET FLEVOLANDS BUREAU VOOR TOERISME (FBT)

In het proces van productontwikkeling, marketing, promotie en distributie is het Flevolands Bureau voor Toerisme een belangrijke speler, die verantwoordelijkheid draagt voor:

- het ontwikkelen van een strategische marktvisie (marketing, promotie, imago, informatie- en communicatietechnologie)
- de productontwikkeling/uitvoering van projecten en activiteiten (o.a. Europees Programma)
- het ontwikkelen en beheren van het toeristisch netwerk
- de advisering van bedrijven, overheden en derden

Het Flevolands Bureau voor Toerisme vervult als regionale 'spitsorganisatie' en uitvoerder van de toeristische marketing en promotie een sleutelrol bij het definiëren van strategische product/marktcombinaties en het bewerken van de gekozen doelgroepen en markten en zal de komende jaren uitgroeien als het regionale expertisecentrum. Het FBT voert deze taken uit in nauw overleg en samenwerking met provincie, gemeenten en bedrijfsleven. Ook draagt het FBT verantwoordelijkheid voor het ontwikkelen van een meerjarige marketingstrategie, is verantwoordelijk voor de productontwikkeling en het realiseren van een eigen Actieplan. In opdracht voert het projecten uit. Het eigen FBT-Actieplan maakt op hoofdlijnen integraal onderdeel uit van het BART.

De Stichting VVV Flevoland is een zelfstandige opererende organisatie, met een eigen Raad van Toezicht. Het Flevolands Bureau voor Toerisme is hiervan een onderdeel en voert in opdracht van de provincie en bedrijfsleven taken uit. Daarnaast verzorgt de Stichting in opdracht van de zes gemeenten de exploitatie van de VVV-winkels. Het spreekt voor zich dat deze taken op een coherente wijze uitgevoerd dienen te worden.

De provincie is voornemens met het FBT een meerjarencontract af te sluiten voor de periode 2003-2006 op basis van een strategisch marketingplan voor toerisme en recreatie. In dit contract worden (aangescherpte) afspraken gemaakt over taken die het FBT in opdracht van de provincie uitvoert en tot welke resultaten en effecten dit moet leiden, maar ook hoe de beoogde effecten worden gemeten. Het betreft kerntaken op het gebied van productontwikkeling, marketing en promotie, informatietechnologie, onderzoek en monitoring. In dit licht wordt ook wel gesproken van een performancecontract.

Een andere belangrijke taak is de netwerkfunctie van het FBT. Daaronder wordt verstaan dat het FBT als spitsorganisatie verantwoordelijk is voor het leggen van verbindingen tussen overheden en bedrijfsleven met als doel samenhang, commitment, inhoudelijk en financieel draagvlak te verwerven voor het te voeren marketing- en promotiebeleid.

Daarnaast is het FBT adviseur met betrekking tot beleidsvraagstukken op het terrein van toerisme en recreatie in Flevoland voor zowel bedrijfsleven en overheden. Dit kan op eigen initiatief of op verzoek.

Teneinde de toebedeelde taken effectief te kunnen uitvoeren zal het FBT zich transformeren van een promotie- naar een marketingorganisatie. Een marketingorganisatie stelt de wensen van de afnemer (toeristen en recreanten en stakeholders, zoals gemeenten, provincie, bedrijven) centraal en probeert hier zo goed mogelijk op in te spelen.

De toeristische markt ontwikkelt zich in een turbulente, zich snel veranderende omgeving, waarin sprake is van toenemende concurrentie, en waarin de consument zijn vrije tijd in een schier eindeloos aanbod van alternatieven kan doorbrengen. Het wordt daarom steeds belangrijker dat op het juiste moment over de juiste informatie kan worden beschikt, teneinde snel en adequaat op veranderende marktomstandigheden in te kunnen spelen. Mede om deze reden is besloten de FBT-organisatie verder te stroomlijnen, te professionaliseren, slagvaardiger te maken en daarmee de 'performance' op een hoger niveau te brengen. In het rapport van Deloitte & Touche (2000) zijn aanbevelingen gedaan om de bedrijfsvoering, de aansturing, planning en control te verbeteren. Het merendeel van deze aanbevelingen is inmiddels doorgevoerd.

Toeristische marketing is vraaggestuurd en stelt de wensen van de consument, toerist, recreant of zakelijke bezoeker centraal. Marketing is een breder begrip dan promotie, omdat het ook functies omvat als productontwikkeling (zie 'Strategie a'), distributie, verkoop, prijsstelling, imago-ontwikkeling, branding (merkopbouw) en de markt als uitgangspunt neemt. Om sneller en slagvaardiger te kunnen inspelen op snel wisselende marktomstandigheden, zal het noodzakelijk zijn dat het Flevolands Bureau voor Toerisme zich de komende jaren geleidelijk transformeert van een promotieorganisatie in een professionele marketingorganisatie, waardoor de communicatie met de markt nog beter kan plaatsvinden, o.a. door het permanent monitoren van marktontwikkelingen en trends met gebruikmaking van moderne informatie- en communicatietechnologie. Ook de communicatie en afstemming met het toeristisch bedrijfsleven, overheden en brancheorganisaties en 'stakeholders' behoren hiertoe.

De keuze van het FBT om zich te transformeren in een marketingorganisatie is volgens het Beleidsplan van het FBT 2002-2006 ingegeven door de volgende ontwikkelingen:

- de vorming op nationaal niveau, van een Toeristisch Huis (krachtenbundeling, schaalvergroting, verbetering van effectiviteit en kostenefficiëntie)
- de terugtrekkende rijksoverheden
- de groei van het aantal toeristische bedrijven en inwoners in Flevoland
- wenselijke c.q. beoogde verbreding van de financiële basis van het FBT

De komende jaren zal gewerkt worden aan verdere verbreding van de financiële basis van het FBT, waarbij de inbreng vanuit het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven en andere belanghebbenden bij een aantrekkelijk woon-, leef- en werkklimaat in Flevoland zal moeten worden vergroot.

Het Flevolands Bureau voor Toerisme zal opgedragen worden een marktvisie en marketingplan uit te werken in nauwe samenwerking met overheden, bedrijfsleven, brancheorganisaties en Toerisme en Recreatie Nederland. Hiervoor gelden de volgende uitgangspunten:

- de uitwerking van de marktvisie en het marketingplan (product- en imagoverbetering, promotie) dienen in overeenstemming te zijn met de strategieën en doelstellingen vermeld in par. 4.3.
- de marktvisie en het marketingplan wordt gebaseerd op de onderscheidende hoofdkenmerken voor de Flevolandse identiteit (zie hierboven onder 'Positionering en beeldvorming') en de geselecteerde marktsegmenten waterrecreatie, natuurrecreatie, dagattracties (evenementen) en zakelijk toerisme; dit zijn de 'triggers' van een bezoek aan Flevoland;
- de rode draad van de gebiedsmarketing is de versterking van het 'gebiedseigene' van Flevoland;
- ondanks het behoud van dit (gebiedseigen) uitgangspunt blijft er ruimte voor samenwerking met aangrenzende gebieden, bijvoorbeeld in het kader van De Gouden Cirkel of bilateraal (Veluwe, Amsterdam, enz.);
- het Flevolands Bureau voor Toerisme krijgt een centrale rol in het benodigde onderzoek, de vormgeving en de uitvoering, maar maakt werkafspraken met de verschillende (locale) promotiestichtingen voor bundeling van krachten;
- de Provincie Flevoland luistert en heeft een open oor voor de opvattingen en kennis van het bedrijfsleven, bepaalt heldere randvoorwaarden ten aanzien van de subsidiering van het Flevolands Bureau voor Toerisme en stemt de eigen imago-campagneactiviteiten af op de overkoepelende, gebiedsbrede recreatief-toeristische marketing en promotie;
- het bedrijfsleven (niet alleen het recreatief-toeristische deel) ondersteunt de gezamenlijke marketing en promotie door enerzijds in de eigen bedrijfspromotie het 'gebiedseigene' mee te nemen en anderzijds het FBT mede te ondersteunen;
- uitwisseling van kennis en ervaring worden blijvend geregeld.

6.3.3 ANDERE ACTOREN

De nationale spitsorganisatie Toerisme en Recreatie Nederland (TRN) is een samenwerkingsverband waarin sinds 1 januari 2001 de krachten zijn gebundeld van het Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT), het samenwerkingsverband van ANWB, VVV's en NBT (AVN) en de Algemene Vereniging van VVV's (ANVV). De samenwerking en krachtenbundeling is vooral geïnitieerd door de Ministeries van Economische Zaken (economie en toeristisch beleid) en Landbouw, Natuur en Visserij (natuur, recreatie, inrichting cultuurlandschap). Beide ministeries zijn belangrijk voor de ontwikkeling van toerisme en recreatie in Flevoland. Andere ministeries die uit een oogpunt van beleidsimplicaties van betekenis zijn, zijn VROM, VenW en OC&W.

Sinds kort maakt ook het Nederlands Congresbureau deel uit van Toerisme en Recreatie Nederland (TRN), ofwel het 'Toeristisch Huis', waartoe ook de ANVN zal toetreden.

TRN heeft de ambitie om de organisator en coördinator van toeristische marketing en promotie te zijn op zowel de binnenlandse als de buitenlandse markten. De samenwerking in het kader van Het Toeristisch Huis heeft ten doel om te komen tot een meer samenhangende toeristische bedrijfskolom en ons land als *'toeristisch merk Holland'* op de markt te positioneren.

Het FBT is als regionale spitsorganisatie het eerste aanspreekpunt in Flevoland voor TRN, dat de volgende kerntaken kent: retail in Nederland, productontwikkeling en aanbodinnovatie, internet en databank, kennis en beleidsontwikkeling, touroperating, promotie en informatievoorziening

Naast de provincie Flevoland voeren de zes Flevolandse gemeenten een zelfstandig toeristisch beleid ten aanzien van het FBT. Het FBT heeft als opdrachtnemer de exploitatie van de gemeentelijke VVV's in handen. Jaarlijks worden hierover afspraken gemaakt en contracten afgesloten met gemeenten.

De Flevolandse gemeenten voeren een actief toeristisch-recreatief beleid op het gebied van promotie, productontwikkeling en evenementen. Op lokaal niveau zijn bovendien stadspromotionele organisaties actief, die publieksevenementen organiseren.

Een groot voordeel van Flevoland is dat de aansturing en de exploitatie van de winkels in handen zijn van één organisatie: het Flevolands Bureau voor Toerisme. Met andere woorden: strategie en uitvoering zijn binnen één organisatie direct met elkaar verbonden, hetgeen de slagkracht, de effectiviteit en kostenefficiëntie ten goede komt. Daarnaast worden schaalvoordelen behaald.

Andere voor Flevoland belangrijke spelers op het terrein van toeristisch-recreatieve productontwikkelingen, marketing en belangenbehartiging, zijn onder andere de RECRON (Vereniging van Recreatieondernemers) en de HISWA (Nederlandse Vereniging van Ondernemingen in de bedrijfstak Waterrecreatie); die hebben recentelijk besloten nauw te gaan samenwerken. Organisaties zijn ook: Koninklijke Horeca Nederland, VEKABO, Stichting Recreatie, Landelijk Fietsplatform en Wandelplatform.

De Kamer van Koophandel Flevoland heeft een adviescommissie Recreatie en Toerisme. De Kamer van Koophandel kan als intermediaire speler tussen overheden en bedrijfsleven een belangrijke rol spelen om partijen bij elkaar te brengen, krachten te bundelen, informatie te verstrekken aan ondernemers over het overheidsbeleid en een inhoudelijke en financiële bijdrage te leveren aan de imagoverbetering van Flevoland en de toeristische marketing en promotie

6.4 INVESTERINGSRAMING EN FINANCIERING

In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan de financiële uitvoeringsaspecten van het Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme. Vanzelfsprekend stelt zich in relatie tot dit korte- én middellangetermijn Actieplan de vraag naar prioritering. Beperkte financiële middelen maar ook beperkte organisatiecapaciteit maken deze kwestie niet alleen opportuun, maar in principe zelfs dwingend. Desondanks ligt dit prioriteringsvraagstuk complex en genuanceerd. Een aantal factoren draagt daaraan bij.

In de eerste plaats laten vele actielijnen en (potentiële) projecten zich op dit moment nog niet of onvoldoende in financiële ramingen vertalen.

Samenhangend met dit eerste punt speelt in de tweede plaats dat realisering van veel actielijnen en projecten sterk (mede-)afhankelijk is van initiatieven die door derde partijen geëntameerd zullen worden, en dat vooralsnog onzeker is, als deze komen, in welke orde van grootte deze zich zullen aandienen.

In de derde plaats ziet de provincie zichzelf voor een vrij complexe budgettaire situatie gesteld waarbij de eigen provinciale begroting op tal van punten heel andere procedures dicteert dan het Europees Vervolgprogramma. Sprake is van een sterk heteroog financieel instrumentarium wat op onderdelen zeer verschillende sets criteria en termijnen kent (zie het hiernavolgende).

In de vierde plaats dient bedacht te worden dat hier bewust gekozen wordt voor een korte- én middellangetermijn Actieprogramma, voor de periode 2003-2010. Doordat geprogrammeerd wordt voor een 8-jarige termijn is het prioriteringsvraagstuk minder urgent en acuut dan wanneer het om een één-, twee- of driejarig Actieplan zou gaan. Via financiering in de tijd laten vele ogenschijnlijke dilemma's zich veelal oplossen.

In de vijfde plaats moet ook meegewogen worden dat het beschikbare budgettaire kader voor realisering van het BART van de provincie niet één algemene 'pot' behelst, dat wil zeggen intern ontschot is, maar opgebouwd is uit tal van specifieke begrotingsproducten, en dus veel minder globaal is dan op het eerste gezicht zou kunnen lijken. Bedoeld budgettair kader (zie hieronder) is namelijk opgebouwd in tal van specifiek gerichte begrotingsonderdelen, zgn. begrotingsproducten; binnen het Europese vervolgprogramma (EPD 2000-2006) is sprake van een samenstel van afzonderlijke, elk op specifieke aangrijpingspunten en thema's gerichte 'maatregelen' c.q. budgettaire dekkaders. In concreto: in het 'potje' voor cultuurtoerisme zijn andere projecten onder te brengen dan in dat voor infrastructuur en in dat voor promotie en weer andere dan in dat voor natuurontwikkeling.

Op grond van deze factoren heeft het Actieplan door de aard van het budgettaire kader meer het karakter van een richtinggevende kansenkaart dan van een rigide, 'planeconomisch' spoorboekje.

Een belangrijk uitgangspunt bij de financiering is dat de in het Actieplan genoemde projecten zullen moeten worden gerealiseerd in nauwe samenwerking met andere partijen. In het Actieplan is bewust niet aangegeven wie, naar de mening van de provincie, het initiatief moet nemen en wie daarbij betrokken zullen moeten worden. In een groot aantal gevallen is dat de provincie zelf, die het initiatief neemt. In andere gevallen zijn dat andere partijen, zoals bijvoorbeeld het FBT, brancheorganisaties, bedrijfsleven. Waar andere initiators/realisators zouden kunnen worden genoemd, moeten zij –waar mogelijk en opportuun- kunnen rekenen op de steun van de provincie, hetzij in faciliterende zin (verlenen van vergunning, inpassing in Omgevingsplan), hetzij in financiële zin, of een combinatie van beide. Jaarlijks zal over de voortgang van het op de korte- én middellangetermijn Actieprogramma inhoudelijk en financieel worden gerapporteerd en zal een éénjarig concreet en gedetailleerd Actieplan worden gepresenteerd met een doorkijkje op het daarop volgende jaar; op deze wijze wordt flexibele en pragmatische programmering gewaarborgd alsmede aansluiting op de systematiek van de provinciale begroting.

6.4.1 BESCHIKBARE MIDDELEN

Ter financiering van de in het korte- én middellangetermijn Actieplan 2003-2010 opgenomen projecten en activiteiten kan een beroep worden gedaan op diverse financieringsbronnen.

6.4.1.1 PROVINCIALE MIDDELEN

Voor de uitvoering van het toeristisch-recreatief beleid zijn financiële middelen beschikbaar vanuit diverse fondsen en begrotingsposten. Voorzover het de korte termijn betreft gaat het om het volgende:

- a Begrotingspost Exploitatiesubsidie FBT (EZ, hfdst. 7)
- b Begrotingspost Uitvoering BART (EZ, hfdst. 7)
- c Onderzoek en monitoring (EZ, hfdst. 7)
- d Realisering afmeervoorzieningen (WenV)
- e Realisering visplaatsen mindervaliden (WenV)
- f Project Cultuurtoerisme (SPV)
- g Gebiedsgericht beleid
- h EPD 2000-2006, maatregel 1.3 Ontwikkeling toeristisch-recreatieve voorzieningen stedelijk gebied
- i EPD 2000-2006, maatregel 2.2 en 2.3 Versterking karakter landelijk gebied (t.b.v. kleinschalige recreatief-toeristische projecten)
- j Leader+
- k Interreg III

Voor de periode van de komende vier jaar (2003-2006) gaat het onder voorbehoud van jaarlijkse goedkeuring van de provinciale begroting door Provinciale Staten om de volgende bedragen.

Financiële middelen BART (euro's prijspeil 2003)

a. (FBT) 4 x 449.239 =	1.796.956
b. (BART) 4 x 148.502 =	594.008
c. (EZ) 4 x 15.688 =	62.752
d. (WenV, 1) 4 x 43.500 =	174.000
e. (WenV, 2) 2 x 28.500 =	57.000
f. (GGB) 4 x 22.690 =	90.760
g.	PM
h. (EPD, 1.3)	24.200.000
i. (EPD, 2.2 en 2.3)	6.000.000
j.	PM
k.	PM

Totaal a t/m k 32.975.476 (minimaal)

Bepaalde activiteiten of maatregelen zullen geheel niet, in beperkte mate of gefaseerd uitgevoerd worden indien de boven aangegeven middelen niet toereikend zijn. Tevens zal in het kader van de jaarlijks terugkerende afweegmomenten worden onderzocht welke additionele provinciale middelen nog kunnen worden toegevoegd.

Voor majeure, strategische ontwikkelingsprojecten met een investeringsbedrag kunnen in echt bijzondere incidentele gevallen adhoc aanvullende middelen beschikbaar worden gesteld ten laste van de bestemmingsreserve ontwikkelingsprojecten of de bestemmingsreserve strategische projecten, indien deze reserves alsdan financiële ruimte bieden.

6.4.1.2 EXPLOITATIESUBSIDIE FBT

Het FBT ontvangt jaarlijks een geïndexeerd bedrag van €€€ 430.925 (2002) ten laste van begrotingspost 7.4.11.(4.0) (voorstel begroting 2003: € 449.239). Deze post wordt in zijn geheel uitgekeerd aan het FBT en wordt aangewend als exploitatiebijdrage ten behoeve van de uitvoering van aan haar opgedragen kerntaken: toeristische marketing (waaronder promotie), onderzoek en monitoring, beheer en uitbouw van het toeristisch netwerk, beleidsadviezen.

Een meerjarig beleidskader en marketingplan voor de periode 2003-2006 vormt, zoals eerder aangegeven, de basis voor een met het Stichting VVV Flevoland vóór 1 januari 2003 af te sluiten meerjarenovereenkomst c.q. performancecontract voor de periode 2003 t/m 2006.

Daarnaast kunnen op projectbasis additionele middelen beschikbaar worden gesteld voor productinnovatieve ontwikkelingen, gebiedsmarketing en toeristische infrastructuur versterkende projecten uit de BART-gelden en uit de beschikbare middelen van het EPD 2000-2006 (zie hierna).

6.4.1.3 BART-GELDEN

Als een extra impuls in het kader van BART is met ingang van 2003 een bedrag beschikbaar van €€ 148.502 op jaarbasis vanuit hoofdstuk 7 (onder voorbehoud van goedkeuring begroting 2003). Dit bedrag kan worden besteed op basis van het Actieprogramma voorzover de betreffende projecten voldoen aan de criteria en deze projecten niet in aanmerking komen voor andere beschikbare fondsen. Naast de beleidsmatige criteria die niet uit het BART voortvloeien zijn ook van toepassing de standaardcriteria van de ASF (Algemene Subsidieverordening Flevoland) en/of het EPD 2000-2006. Dit is nader uitgewerkt in de onderstaande beleidsregel.

Beleidsregel projecten en activiteiten recreatie en toerisme

Gedeputeerde Staten van Flevoland,

Gelet op artikel 4:81 van de Algemene Wet Bestuursrecht en artikel 3 lid 2 van de Algemene Subsidieverordening Flevoland 1999,

Overwegende dat het gewenst is criteria vast te stellen voor de beoordeling van projecten en activiteiten in het kader van het Beleids- en Actieplan Recreatie en Toerisme,

BESLUITEN

Vast te stellen de beleidsregel projecten en activiteiten recreatie en toerisme

1. Inleiding

De hoofddoelstelling van het provinciaal beleid met betrekking tot recreatie en toerisme is in het beleids- en Actieplan als volgt verwoord:

De ontwikkeling en instandhouding van een vitale, sterke en duurzame sector en een recreatief-toeristische infrastructuur die evenwichtig meegroeit met de omvang van de bevolking, tegemoet komt aan de recreatieve wensen van de inwoners van Flevoland en die aantrekkingskracht heeft op de toeristische markt.

Op basis van deze hoofddoelstelling kan het doel van het plan worden omschreven als: het bevorderen van een aanbod aan toeristische en recreatieve voorzieningen en activiteiten dat voldoet aan de marktvraag, gebruik maakt van de beeldbepalende karakteristieken van het gebied, goed bereikbaar is en op een verantwoorde manier is ingepast in het natuurlijk milieu.

Om dit doel te bereiken wordt gebruik gemaakt van een aantal strategieën, namelijk:

- a) Verbetering van het aanbod, onder meer door innovatie
- b) Promotie en imagoverbetering geïntegreerd in de gebiedsmarketing
- c) Versterken van de synergie tussen recreatie en toerisme en andere maatschappelijke sectoren
- d) Versterken van het samenwerkend en organiserend vermogen van de sector
- e) Versterken van de basiscondities waaronder het aanbod plaats vindt.

Bij elk van deze strategieën hoort een aantal acties. Deze worden voor het overgrote deel door anderen dan het provinciaal bestuur uitgevoerd, gewoonlijk in de vorm van projecten en het is gewenst dat provinciaal beleid wordt geformuleerd waaraan subsidieaanvragen worden beoordeeld. Bij de beoordeling van verzoeken om financiële steun voor de uitvoering van deze acties, zullen de hierna volgende criteria worden gehanteerd

2. Doel van de beleidsregel

Het doel van de beleidsregel is het scheppen van een beoordelingskader voor projecten die uitvoering geven aan het provinciaal beleid op het terrein van recreatie en toerisme in Flevoland. De beleidsregel moet daarom gezien worden als een aanhangsel bij het Beleids- en Actieplan recreatie en toerisme.

3. Inhoud van de beleidsregel

Om voor een provinciaal subsidie in aanmerking te komen, moeten de aanvragen aan de volgende voorwaarden voldoen:

- Voldoen aan de bepalingen van de Algemene Subsidieverordening Flevoland 1999.
- Het project past binnen de doelstelling van het provinciaal beleid zoals hiervoor is omschreven
- Het project past binnen één of meer van de strategieën zoals hiervoor omschreven
- Het project voldoet aan randvoorwaarden met betrekking tot ruimte, milieu en duurzaamheid, bereikbaarheid en toegankelijkheid, gezondheid en veiligheid en economie zoals vastgelegd in diverse provinciale plannen (zoals bijvoorbeeld het Omgevingsplan).

Vervolg concepttekst Beleidsregel projecten en activiteiten recreatie en toerisme:

Indien de middelen op de provinciale begroting ontoereikend zijn om alle projecten die aan de voorwaarden voldoen te honoreren, geldt het volgende:

De aanvraag scoort in de beoordeling hoger in vergelijking met andere projecten die tegelijkertijd worden beoordeeld, naarmate:

- Meer relevante samenwerkingspartners bij de uitvoering van het project worden betrokken
- De gevraagde bijdrage geringer is in relatie tot de bijdrage van anderen in de kosten van het project
- Het project zich uitstrekt op een groter deel van de Provincie
- Het project meer vernieuwend van aard is
- Het project meer bijdraagt aan het recreatief/toeristische beleid in Flevoland.

Een subsidie wordt als regel slechts gedurende drie achtereenvolgende jaren verstrekt.

4. Ingangsdatum

De beleidsregel is van kracht op projecten die vanaf 2004 worden uitgevoerd.

Aldus besloten in de vergadering van gedeputeerde Staten van

Gedeputeerde Staten van Flevoland,
De griffier, De voorzitter,

6.4.1.4 ONDERZOEK EN MONITORING

Ten behoeve van onderzoek en monitoring is voor toerisme en recreatie jaarlijks een budget beschikbaar van € 18.669 binnen de begrotingspost 7.4.11. (2.3)

6.4.1.5 EUROPESE MIDDELEN (EPD, LEADER+ EN INTERREG 3)

Voor projecten die voldoen aan de criteria van het EPD 2000-2006 (Europees vervolgprogramma voor Flevoland) zijn tot 2006 middelen beschikbaar voor toeristisch-recreatieve projecten in het stedelijk gebied ad € 24,2 mln. (maatregel 1.3.) en voor versterking van het landelijk gebied ad □€€ 12,0 mln. (maatregel 2.2 en 2.3).

Leader Plus is een z.g. communautair initiatief van de Europese Unie en bevordert de sociale en economische vitaliteit van het platteland. Met uitzondering van het stedelijk gebied van Almere en Lelystad valt heel Flevoland onder de regeling. Dit kan op veel manieren inhoud worden gegeven: het creëren van nieuwe economische dragers, het in stand houden of uitbreiden voorzieningenniveau, het versterken van de kwaliteit van de fysieke leefomgeving, het versterken sociale cohesie, de maatschappelijke participatie en betrokkenheid bij de leefomgeving, het versterken van de culturele identiteit en cultuurhistorie, het uitbreiden van omgevingsvriendelijke productiemethoden en betrokkenheid lokale consument en tenslotte het verbeteren verkeersveiligheid en openbaar vervoer, verminderen sluipverkeer.

Interreg 3B, programma noordwest Europa is eveneens een communautair initiatief en kent de volgende prioriteiten (bedragen voor heel Nederland):

- Aantrekkelijke steden en regio's (€€ 30 mln.)
- Interne en externe bereikbaarheid (€ 20 mln.)
- Ontwikkeling cultuur en natuur (€€ 10 mln.)
- Integratie stad en platteland (€€ 8 mln.)
- Transport en ICT (€ 8 mln.)
- Cultureel erfgoed en natuur (€8 mln.).

Zowel in het geval van het EPD 2000-2006 als in het geval van Leader Plus en Interreg III zijn – naast de beschikbare Europese gelden – substantiële eigen provinciale budgetten geormerkt als cofinanciering. Ook in die kaders is dus inzet van eigen provinciaal budget nadrukkelijk in principe mogelijk.

6.5 AANVULLENDE MAATREGELEN EN INSTRUMENTEN

Naast provinciale en de provincie ten dienste staande reguliere begrotingsmiddelen en het Europees Vervolgprogramma (EPD 2000-2006) kan – al of niet in het kader van cofinanciering – gebruik worden gemaakt van middelen van anderen overheden en organisaties. Te denken daarbij is aan onder andere bestuursakkoorden, regelingen en actoren die bijdragen aan versterking van de toeristisch-recreatieve infrastructuur van Flevoland. Zoals bijvoorbeeld de inrichting van de Randmeren (IIVR), Stichting Recreatietoervaart Nederland, het rijk (EZ met o.a. de TIPP-regeling en LNV in kader van de Beleidsbrief recreatie en toerisme en het SGR 2). Per project zullen de co-financieringsmogelijkheden worden gescreend.

In hoofdstuk 4 en 5 is aangegeven welke projecten de provincie de komende jaren wil realiseren. Het gaat om (speerpunt) projecten die ten doel hebben versterking van de toeristisch-recreatieve infrastructuur, productinnovatie, imagoverbetering, promotionele evenementen van bovenregionale betekenis, etc. Of en de mate waarin de provincie zal bijdragen dan wel zich zal inzetten om steun van hogere overheden te verkrijgen, zal mede afhangen van de bereidheid van het bedrijfsleven, gemeenten of andere investeerders, om dit Actieprogramma mee te financieren en mee te helpen realiseren. Cofinanciering (publiek én privaat) is een belangrijke en onmisbare voorwaarde voor de betrokkenheid van de provincie.

Afkortingen

FBT	Flevolands Bureau voor Toerisme. Het FBT verzorgt de marketing en promotie van toeristisch Flevoland in zowel het binnen- als buitenland. Zij voert onderzoek uit en vergaart kennis, ontwikkelt nieuwe producten, verzorgt de productie en distributie van diverse drukwerken, promotiecampagnes en beurspresentaties in binnen- en buitenland en is aanspreekpunt voor de nationale en internationale pers, het bedrijfsleven en de overheden. Ze maakt hiervoor ook gebruik van de mogelijkheden en netwerken van Toerisme & Recreatie Nederland op nationaal en internationaal niveau.
GOP	Gereguleerde overnachtingplaats op grond van artikel 15, lid 1 van de WOR.
Hiswa	Brancheorganisatie voor de watersport; behartigt de belangen van de bij haar aangesloten watersportbedrijven.
IIVR	Integrale Inrichting Veluwe Randmeren.
KHN	Koninklijk Horeca Nederland is de belangenbehartiger van horecaondernemers en overige recreatieondernemers die over een belangrijke horecavoorziening beschikken.
LF-route	Langeafstandsfietsroute. De routes die behoren tot het nationale netwerk van fietsroutes worden aangeduid met de aanduiding en een nummer. Vaak hebben ze ook een naam bijvoorbeeld de LF-20 'Flevooroute'. Meer informatie: www.fietsplatform.nl .
RECRON	Vereniging van Recreatieondernemers Nederland. Ledenaantal circa 1.500. Vertegenwoordigt circa 80% van de omzet binnen de recreatiebranche.
TRN	Toerisme Recreatie Nederland. Deze organisatie, die als doel heeft het (zakelijk) reisverkeer in en naar Nederland te bevorderen, zijn het Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT) en Toerisme & Recreatie AVN opgegaan. Ook het Nederlands Congres Bureau (NCB) is sinds kort onderdeel van TRN. De Algemene Nederlandse Vereniging van VVV's (ANVV) zal later aansluiten.
WOR	Wet op de Openluchtrecreatie.

LITERATUURLIJST

- Toeristisch Recreatief Ontwikkelings- Plan. Provincie Flevoland, 1994
- Verkenning milieuaspecten van recreatieve ontwikkeling. Arcadis, in opdracht van Provincie Flevoland, december 1997
- Werkprogramma Provinciale Staten. Provincie Flevoland, 1998
- Regionaal Economisch Ontwikkelingsplan Flevoland. Provincie Flevoland, 1999
- Ontwikkelingsvisie 2030. Provincie Flevoland
- Onderzoek TNO-Inro, Ruimtelijke aspecten van recreatie en toerisme in Flevoland. 1999
- Studie Quintessens, Ruimte voor recreatie randmerengebied Flevoland. 1999
- Recreatie in 2019. RECRON, oktober 1999
- Effectmeting De Gouden Cirkel 1998/1999. Lelystad, 1999
- Gemeentelijke beleidsplannen: Noordoostpolder, Lelystad, Dronten, Almere, Zeewolde, Urk (div.)
- KNSB Toerschaatsroutes – Knelpunten en Oplossingen gewest Gelderland en Flevoland, 1999
- Nota Ruimtelijk Economisch Beleid. Ministerie van Economische Zaken
- Werken aan concurrentiekracht; het toeristisch beleid tot 2000. Ministerie van Economische Zaken
- Masterplan industrieel toerisme. Ministerie van Economische Zaken
- Eindrapport onderzoek herijking toeristengebieden. Ministerie van Economische Zaken
- Professionaliseringsindicator toeristisch-recreatieve bedrijfstak. Ministerie van EZ
- Ruimte voor economische dynamiek, Toerisme op de kaart. Ministerie van Economische Zaken
- Werkgelegenheid in toerisme en recreatie in Nederland. Ministerie van Economische Zaken
- Reactie van Stichting Wandelplatform - LAW op Ontwikkelingsvisie 2030
- Meer ruimte voor toerisme en recreatie. Notitie van de VVD-Statenfractie, december 1999
- Toerisme & recreatie in het landelijk gebied, marktverkenning. Toerisme & Recreatie AVN, 1999
- Kansen voor Nederland op de seniorenmarkt. TNO, 1999
- Nieuwe kansen in een nieuw millennium, Toekomstvisie NBT 2000-2005. 1999
- Toerisme en recreatie in cijfers 1999. Nederlands Bureau voor Toerisme, CBS, 2000
- Performance Audit Flevolands Bureau voor Toerisme. Deloitte & Touche Ondernemingsadviseurs, 2000
- Ontwerp Omgevingsplan. Provincie Flevoland, 2000
- Toerisme in Nederland. Het gebruik van logiesaccommodaties 1999. CBS, 2000
- Nota Werkgelegenheid in toerisme en recreatie in Nederland. Ministerie van Economische Zaken.
- De vrijetijdsindustrie in stad en land een studie naar de markt van belevenissen. Voorstudie nr.109 van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. 2000.
- Samen meer IJsselmeer. Visie recreatie en natuur, Waterrecreatie Advies, Lelystad, december 2000
- Naar een evenwichtig Flevoland; Enkelvoudig Programmerings Document 2000-2006. Provincie Flevoland, 2000
- Programma complement; Aanvulling op het Enkelvoudig Programmerings Document Flevoland 2000-2006. Provincie Flevoland, 2000
- Onderzoek recreatief vervoer in en om Lelystad. Movin' vervoer advies b.v., in opdracht van de provincie Flevoland en de gemeente Lelystad, mei 2000
- Ontwikkeling watersport IJsselmeer 2000. Stichting Waterrecreatie IJsselmeer en Randmeren, Lelystad, februari 2001
- Vijfde nota Ruimtelijke Ordening, 2001
- Het toeristisch landschap tussen illusie en werkelijkheid, Prof. Dr. A.G.J. Dietvorst, maart 2001
- Vijfde nota over de ruimtelijke ordening 2000-2020. 2001
- Toerisme en recreatie in cijfers 2001. CBS, 2001
- Trends in de tijd : een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordering. Sociaal en cultureel planbureau, 2001
- Flevoland in breder perspectief. ABF Research, in opdracht van Provincie Flevoland, 2001
- Voorzieningenniveau Flevoland in breder perspectief, deel 2. ABF Research, in opdracht van Provincie Flevoland, april 2002
- Verkenning van 'Verblijfsrecreatie in de EHS' : probleemanalyse en oplossingsrichtingen. Ministerie van LNV, 2002

- Verslag congres waterrecreatie te Enkhuizen op 29 mei 2002. Stichting Recreatie KIC, 2002
- Toegankelijkheid van oevers. Stichting Recreatie KIC in opdracht van Ministeries van LNV en V&W, 2002
- Jaarverslag 2001 Stichting Recreatietoervaart Nederland. Juli 2002

EERDER VERSCHENEN DEELDOCUMENTEN

- Startnotitie BART
- Nota Verkenningen BART
- Resultaten Workshop Branchemonitor 13 november 2000 (verslag)
- Resultaten Ronde Tafel Recreatie en Toerisme 14 december 2000 (verslag)
- Strategische doelstellingen en concept Actieprogramma BART
- Resultaten Werkatelier BART op 22 juni 2001 (verslag)
- 'Naar een sterk merk voor Flevoland; Identiteit van Flevoland als bouwsteen voor een onderscheidend toeristisch imago', resultaat van 2 expertmeetings op resp. 210601 en 180901 (rapport en advies ZKA)
- Monitor Recreatie en Toerisme BART
- 'Ruimte voor recreatie en toerisme in Flevoland' (advies Bureau Buiten)