Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad

Herijking 2022-2026

Colofon
© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, december 2021

Auteurs

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
A. (Annemiek) Riefel
E. (Ellen) Ruiter
E. (Edwin) van der Woude

Gemeente Lelystad
L. (Linda) Seikritt-Evers
N-M. (Nelle-Marie) Peters
K. (Kim) Linszen-Kuijpers

Beeldmateriaal Gemeente Lelystad en Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Voorwoord

Lelystad wil naar een next level en heeft de ambitie uitgesproken om in 2040 een zelfstandige, sociaal veerkrachtige, duurzame, aantrekkelijke en economisch sterke stad te zijn en te groeien met 10.000 tot 40.000 woningen. Een (economisch) aantrekkelijke stad met een sociaal sterke en duurzame samenleving. Een stad waarin jongeren hun talenten ontwikkelen en waarin ouderen bij de samenleving betrokken blijven en waardig oud worden. Een stad waar nieuwe én huidige bewoners prettig wonen, werken en ondernemen. En bovendien een stad waar genoeg ruimte is voor recreatie en natuurbeleving. Lelystad is niet voor niets hoofdstad van de nieuwe natuur!

De ambities zijn groot en de opgaven van Lelystad zijn uitdagend en complex en vragen om betrokkenheid van verschillende partijen en sectoren. Daarom hebben we met het herijkte uitvoeringsprogramma de ambitie om de komende jaren toerisme en recreatie verder te ontwikkelen in omvang, kwaliteit en veelzijdigheid en daarmee de leefbaarheid, aantrekkingskracht en economie van Lelystad te vergroten.

In 2016 zijn we begonnen met ons uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie. Er zijn al grote stappen gezet. Dat bleek ook uit de evaluatie. Binnen de thema's bereikbaarheid, beschikbaarheid van aanbod, beleving, bekendheid en samenwerking zijn veel inspanningen verricht. Dat zorgde onder andere voor de ontwikkeling van een toeristisch overstappunt (TOP), een nieuw fietsknooppuntennetwerk, monitoringsinstrumenten, campagnes, nieuwe producten en een versteviging van samenwerkingen. Dit alles heeft bijgedragen aan meer overnachtingen, meer werkgelegenheid en een beter imago.

De komst van meer toeristen en recreanten geeft onze lokale economie niet alleen een impuls, maar draagt ook bij aan de leefbaarheid van Lelystad. Het betekent meer gasten in de horeca, bezoekers aan de culturele instellingen, musea en evenementen, omdat ook toeristen tot de afzetmarkt behoren. Daarmee draagt de vrijetijdssector bij aan de ontwikkeling en het in stand houden van voorzieningen waar eigen inwoners van kunnen profiteren. De Lelystedelingen zijn immers ook recreanten die intensief gebruik maken van alle toeristisch- recreatieve voorzieningen in de eigen omgeving.

Met dit uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie 2022-2026 ligt er een basis en geven we richting aan de inzet van tijd en middelen om bij te dragen aan de ambities van Lelystad. Dit doen we uiteraard niet alleen, maar samen met onze partners in de stad.

Namens het college,
Wethouder Toerisme en Recreatie
Luc Baaten

Samenvatting

In het najaar van 2016 is het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 20160-2026 (UVP VE) door het college vastgesteld. Voor de uitvoering van het UVP VE 2016-2026 is door de raad in 2016 voor een periode van 5 jaar geld beschikbaar gesteld. Deze periode loopt eind 2021 af. De afgelopen jaren is er veel gebeurd, in Lelystad en de vrijetijdssector in het algemeen, dat invloed heeft (gehad) op de uitvoering van het uitvoeringsprogramma en de komende periode t/m 2026.

Daarom is besloten om het bestaande uitvoeringsprogramma te herijken. We hebben het bestaande programma getoetst (sluit het instrumentarium en de thema's nog aan bij ontwikkelingen in de sector en wensen van stakeholders), het huidige instrumentarium en de thema's aangescherpt en vertaald naar een nieuw actieplan. De kaders, ambitie en doelen uit het UVP VE blijven daarbij overeind.

Doelen

Lelystad heeft een aantal sterke troeven om zich te mengen in de slag om de bezoeker. We hebben de ambitie om een vanzelfsprekende vrijetijdsbestemming te worden en de komende jaren toerisme en recreatie verder te ontwikkelen in omvang, kwaliteit en veelzijdigheid om daarmee de leefbaarheid, aantrekkingskracht en economie van Lelystad te vergroten. Balans is belangrijk bij deze groei. Iedereen moet kunnen profiteren van toerisme en recreatie; van onze eigen inwoners, tot de lokale middenstand en het toeristisch bedrijfsleven.

We willen de komende jaren meer bezoekers verwelkomen, die meer en langer verblijven en meer geld uitgeven waardoor o.a. meer Lelystedelingen een passende baan vinden in de vrijetijdssector.

Belangrijke randvoorwaarden daarbij zijn dat:

- Er voor iedereen – inwoner en bezoeker – wat te doen is in Lelystad; vrijetijdsvoorzieningen voor iedere leefstijl[1] passend bij de kenmerken van de verschillende gebieden in Lelystad;
- De vrijetijdsvoorzieningen (fiets- en wandelpaden, attracties, horeca etc.) voldoen aan de kwaliteit waar de huidige en toekomstige gast om vraagt (m.a.w. goed onderhouden, eigentijds, vraaggericht etc.);
- Dat onze vrijetijdssector professioneel is georganiseerd en gastvrijheid voorop staat.

Speerpunten

We werken de komende jaren aan de volgende speerpunten:

1. Lelystad moet voldoende **bekend** zijn, zich goed positioneren en bezoekers moeten het juiste beeld hebben van Lelystad.
2. Lelystad moet voldoende interessant zijn, er moet wat te **beleven** zijn; een bezoek moet verrassen en de verwachtingen overtreffen.
3. Lelystad moet zowel fysiek als digitaal goed **bereikbaar** en ontsloten zijn en ook de verschillende bezienswaardigheden en locaties moeten verbonden zijn.
4. Er moet voldoende aanbod en capaciteit **beschikbaar** zijn, aansluitend op de vraag.
5. Binnen de vrijetijdseconomie wordt **samengewerkt** op lokaal, regionaal en nationaal niveau. Het op de juiste manier én met elkaar organiseren van inspanningen draagt bij aan de ontwikkeling van Lelystad als bestemming.
6. Er moet een koppeling gemaakt worden met **onderwijs & arbeidsmarkt** wil je een gastvrije gemeente met goed geschoolde medewerkers zijn.

[1] Zie bijlage 5 en het schema op pagina 20.

Inhoudsopgave

Voorwoord 3

Samenvatting 5

Inhoudsopgave 7

1 Inleiding 9
1.1 Herijking Uitvoeringsprogramma 9
1.2 Totstandkoming herijking 9

2 Het vertrekpunt 11
2.1 Waar komen we vandaan 11
2.2 Het belang van de vrijetijdseconomie 12
2.3 Toerisme in balans 13
2.4 Doelen: wat willen we bereiken 15
2.5 Kaders 16

3 Strategische uitgangspunten 18
3.1 Inleiding 18
3.2 Uitgangspunten 18

4 De speerpunten; waar gaan we op inzetten 23
4.1 Focus speerpunten 23
4.2 Bekendheid 23
4.3 Beleving 25
4.4 Bereikbaarheid 26
4.5 Beschikbaarheid 27
4.6 Organisatie & samenwerkingsverbanden 28
4.7 Onderwijs & arbeidsmarkt 29

5 Acties per speerpunt 32
5.1 Bekendheid 32
5.2 Beleving 33
5.3 Bereikbaarheid 34
5.4 Beschikbaarheid 35
5.5 Organisatie en samenwerkingsverbanden 36
5.6 Onderwijs en arbeidsmarkt 37

Bijlage 1: Toelichting model bestemmingsontwikkeling 39

Bijlage 2: Uitgangspunten en kaders 40

Bijlage 3: Het verhaal van Lelystad 44

Bijlage 4: Positionering toeristische gebieden 46

Bijlage 5 Leefstijlprofielen 53

Welkom in de
Oostvaardersplassen
buitencen

1 Inleiding

De vrijetijdssector is volop in ontwikkeling. We trekken er meer op uit om een rondje te fietsen, een wandeltocht te maken of een attractie te bezoeken. Het toerisme zit al jaren in de lift. Het aantal overnachtingen neemt toe en steeds meer buitenlandse toeristen hebben Nederland de afgelopen jaren ontdekt. Door Corona is de groei tijdelijk afgevlakt, met name qua inkomend toerisme, maar herstel wordt verwacht en veel Nederlanders hebben hun eigen land in 2020 en 2021 herontdekt.

In het najaar van 2016 is het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 20160-2026 (UVP VE) door het college vastgesteld. De raad heeft hier kennis van genomen en middelen voor uitvoering beschikbaar gesteld. Het UVP VE heeft tot doel dat de vrijetijdssector substantieel bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van Lelystad en aan de versterking van onze economie. Om dit te realiseren is ingezet op drie sporen, namelijk: positionering, profilering en investeren in verschillende speerpunten (bereikbaarheid, beschikbaarheid, beleving, bekendheid, financiën, organisatie en samenwerking en onderwijs). Aan de hand van jaarlijkse actieplannen is de afgelopen vier jaar door de gemeente samen met de sector gewerkt aan de versterking van de vrijetijdseconomie. Het UVP VE 2016-2026 is altijd de basis geweest voor de uitvoering. Nieuwe kansen die zich voordeden werden dan ook langs de vastgestelde kaders gelegd en beoordeeld of het een bijdrage zou leveren aan het behalen van de doelen uit het uitvoeringsprogramma.

1.1 Herijking Uitvoeringsprogramma

Voor de uitvoering van het UVP VE 2016-2026 is door de raad in 2016 voor een periode van 5 jaar geld beschikbaar gesteld. Deze periode loopt eind 2021 af. De afgelopen jaren is er veel gebeurd, in Lelystad en de vrijetijdssector in het algemeen, dat invloed heeft (gehad) op de uitvoering van het uitvoeringsprogramma en de komende periode t/m 2026. Daarom is besloten om het bestaande uitvoeringsprogramma te herijken. We hebben het bestaande programma getoetst (sluit het instrumentarium en de thema's nog aan bij ontwikkelingen in de sector en wensen van stakeholders), het huidige instrumentarium en de thema's aangescherpt en vertaald naar een nieuw actieplan. De kaders, ambitie en doelen uit het UVP VE blijven daarbij overeind.

1.2 Totstandkoming herijking

Voorafgaand aan de herijking is begin 2021 een evaluatie uitgevoerd. In de evaluatie is de doeltreffendheid van het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 2016-2026 onder de loep genomen. Daarbij is vooral gekeken of de vastgestelde doelen de afgelopen vier jaar zijn behaald. Daarnaast wordt in de evaluatie ingegaan op de genomen maatregelen, de stand van zaken en de mogelijke gevolgen en aanbevelingen voor de periode tot en met 2026. De inzichten uit het evaluatierapport zijn als basis gebruikt voor dit herijkte Uitvoeringsprogramma voor de periode 2022-2026.

We hebben verschillende stakeholders betrokken bij de totstandkoming van deze herijking, want wanneer veel partijen dezelfde toekomst ambiëren, is de kans op succes groter dan wanneer de gemeente zelfstandig een koers uitzet. Om die reden hebben we, met ondersteuning van een extern bureau, een zorgvuldig proces doorlopen om tot deze herijking te komen.

Op de volgende manieren hebben we stakeholders betrokken bij het proces:

- Er zijn individuele gesprekken gevoerd met een aantal organisaties en ondernemers die betrokken zijn bij de vrijetijdssector in Lelystad.
- Er is een klankbordgroep geformeerd bestaande uit +/- 10 personen (ondernemers, vertegenwoordiging vanuit de cultuursector, de gemeente etc.). Deze klankbordgroep is diverse malen gedurende het proces geconsulteerd.
- Er is één brede stakeholdersbijeenkomsten georganiseerd waar ondernemers en organisaties aan hebben deelgenomen.

2 Het vertrekpunt

Dit hoofdstuk vormt het vertrekpunt voor het uitvoeringsprogramma. We gaan allereerst kort in op wat we de afgelopen jaren hebben gedaan en wat we verstaan onder vrijetijdseconomie (paragraaf 2.1). Vervolgens schetsen we het belang van vrijetijdseconomie (2.2) en onze doelen (paragraaf 2.3). Tot slot sluiten we dit hoofdstuk af met enkele bestaande kaders voor het uitvoeringsprogramma (paragraaf 2.4).

2.1 Waar komen we vandaan

We hebben niet stilgezeten de afgelopen jaren. Sinds 2016 is er hard gewerkt om de vrijetijdseconomie in Lelystad te versterken. In de afgelopen jaren is er veel inzet gepleegd op de thema's bereikbaarheid, beschikbaarheid, beleving, bekendheid en samenwerking. Binnen deze thema's is er een fors aantal inspanningen verricht zowel in capaciteit als geld, zoals de realisatie van een Toeristisch Overstappunt (TOP), de ontwikkeling van monitoringsinstrumenten en uitrol van campagnes. Daarnaast hebben we bijgedragen aan de realisatie van nieuwe toeristische producten middels een stimuleringsregeling. Ook de ondernemers in Lelystad en andere partners in de vrijetijdssector hebben niet stilgezeten de afgelopen jaren. Er is veel geïnvesteerd in nieuwe ontwikkelingen, uitbreidingen en marketinginspanningen[2].

Op verschillende indicatoren gaat het ook goed met Lelystad als toeristische bestemming. De afgelopen jaren zijn er meer overnachtingen[3] doorgebracht in de gemeente (m.u.v. de Corona periode), er is meer werkgelegenheid in de vrijetijdssector ontstaan[4] en het imago van Lelystad onder niet-eigen inwoners is verbeterd. Het beeld dat de eigen inwoners van Lelystad hebben is in de afgelopen periode niet verder verbeterd[5]. De groei van bezoekers uit Nederland en de bestedingen zijn niet toegenomen. De verwachting is dat de groei in werkgelegenheid en overnachtingen vooral door buitenlandse bezoekers komt, maar omdat deze data ontbreken is dit niet cijfermatig te onderbouwen.

De afgelopen jaren is er veel gebeurd dat invloed heeft op de uitvoering van het uitvoeringsprogramma en de komende periode tot en met 2026. Ontwikkelingen in Lelystad zelf, zoals Lelystad Next Level en een nieuwe Kustvisie, maar ook in de vrijetijdssector in het algemeen, waaronder Perspectief Bestemming Nederland 2030[6], de intensieve samenwerking in de Metropoolregio Amsterdam en het rapport Waardevol Toerisme van de Raad voor de Leefomgeving. Het grote belang van toerisme en recreatie is daardoor nog zichtbaarder geworden.

Impact van corona

De vrijetijdssector is hard geraakt door maatregelen die zijn ingevoerd om de coronapandemie in te dammen. Vakantieparken, hotels en campings lijken redelijk door de crisis te komen. Voor groepsaccommodaties, horecagelegenheden, dagrecreatie en evenementen is de impact veel groter.

De exacte gevolgen van de coronapandemie zijn op het moment van schrijven nog niet te overzien. De ambities, uitgangspunten en kaders die in dit uitvoeringsprogramma zijn genoemd hebben betrekking op de langere termijn. De komende jaren zal moeten worden gekeken of de effecten van de coronapandemie aanleiding geven om accenten in dit uitvoeringsprogramma te verschuiven of andere acties toe te voegen.

[2] Bron: Evaluatie UVP Lelystad 2016-2026, gemeente Lelystad, februari 2021
[3] Bron: Inschatting hotelovernachtingen o.b.v. CBS data, OIS Amsterdam, 2020
[4] Bron: LISA, 2020
[5] Bron: Beeld van Lelystad 2018, Lelystadsgeluiden, O&S Lelystad, 2019.
[6] In 2020 doorvertaald naar een Perspectief Bestemming Flevoland.

2.2 Het belang van de vrijetijdseconomie

De vrijetijdssector is belangrijk voor Lelystad. De economische betekenis van de vrijetijdseconomie in Lelystad is groot: in 2019 werd er € 74 miljoen uitgegeven[7] en was het arbeidsvolume 2.520 fte. Een toename van 9,5% qua arbeidsvolume ten opzichte van 2016, het jaar dat we begonnen met het uitvoeringsprogramma[8].

De komst van toeristen en recreanten geeft onze lokale economie niet alleen een impuls, maar draagt ook bij aan de leefbaarheid van Lelystad. Meer horeca, evenementenaanbod en aantrekkelijke voorzieningen, zoals fiets- en wandelpaden maken het wonen in Lelystad aantrekkelijker. Daarmee draagt de vrijetijdssector bij aan het in stand houden van voorzieningen waar onze eigen inwoners ook van profiteren. Lelystedelingen zijn dan ook onze belangrijkste recreanten (ongeveer 70% van de vrijetijdsactiviteiten wordt binnen een straal van 20 kilometer vanaf het huisadres ondernomen[9]), die intensief gebruik maken van alle toeristisch- recreatieve voorzieningen.

Kortom de vrijetijdssector is in veel opzichten van grote waarde voor Lelystad, zowel economisch, als maatschappelijk en sociaal:

- Economisch: het levert inkomsten op voor de lokale middenstand;
- Economisch en maatschappelijk: het zorgt voor werkgelegenheid;
- Sociaal en maatschappelijk: het zorgt voor levendigheid en vertier;
- Leefbaarheid: de vrijetijdssector draagt in belangrijke mate bij aan het creëren van een aantrekkelijk woonklimaat (voorzieningen – horeca, uitgaan, dagrecreatie, haven, fietspaden, cultureel erfgoed, natuur, etc.).

Indirect profiteren ook veel bedrijven van de vrijetijdseconomie, zoals bedrijven die indirecte diensten als schoonmaak, fietsenonderhoud, beveiliging of catering leveren.

Wat verstaan we onder vrijetijdseconomie?

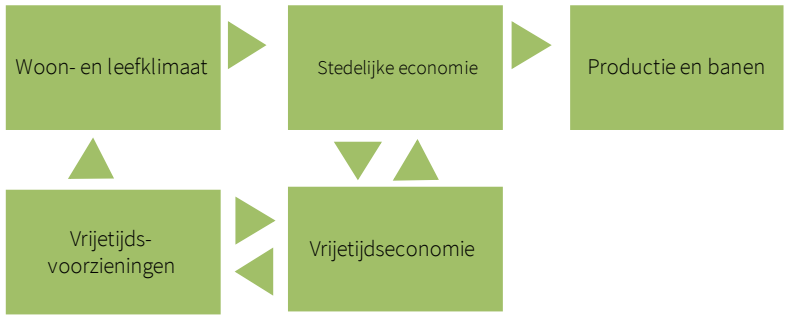
De vrijetijdseconomie, ook wel gastvrijheidseconomie genoemd, is onderverdeeld in verblijfsrecreatie en dagrecreatie. Verblijfsrecreanten bezoeken een bestemming en verblijven minimaal één nacht in een hotel, pension, b&b, recreatiewoning, op de camping, boot of andere accommodatie. Dagrecreatie omvat onder andere de volgende activiteiten: buitenrecreatie, waterrecreatie en -sport, beauty- en wellness, bezoek attractie, bezoek evenement, recreatief winkelen, kunst en cultuur en uitgaan. Landelijk wordt gesproken over dagrecreatie als de activiteit minimaal twee uur duurt inclusief reistijd. In verhouding is onze eigen inwoner onze belangrijkste dagrecreant, want Lelystedelingen maken het meest gebruik van onze voorzieningen, maar ook bezoekers die niet woonachtig zijn in Lelystad en hier een hele dag of dagdeel naartoe komen zijn dagrecreanten.

Een aantal onderdelen laten we buiten beschouwing in dit uitvoeringsprogramma. Het criterium voor de selectie is dat het in dit programma vooral gaat over de vormen van vrijetijdsbesteding die een economisch stuwend karakter hebben, dus voor de stad meer bestedingen genereert. Cultuur- en sportparticipatie valt hier primair dan ook buiten, waar mogelijk wordt de aansluiting wel gezocht. Daarnaast is er nog een categorie sectoren die weliswaar binnen dit programma vallen, maar hun eigen proces en projecten kennen, zoals de detailhandel in het centrum van Lelystad.

[7] Bron: Toeristisch bezoek aan steden, NBTC-NIPO Research, 2020
[8] Bron: LISA, 2020
[9] Bron: ContinuVrijeTijdsOnderzoek, NBTC-NIPO Research, 2019

In figuur 2.1 hebben we het belang van de vrijetijdseconomie schematisch uiteengezet.

Figuur 2.1: Waarde vrijetijdseconomie (maatschappelijk, economisch en sociaal)



De vrijetijdssector is belangrijk, maar heeft ook te maken met grote uitdagingen. De snel veranderende vraag van de gast zorgt ervoor dat vraag en aanbod soms niet optimaal op elkaar aansluiten. De coronacrisis, waarbij met name horeca- en dagrecreatiebedrijven hard zijn getroffen, heeft gevolgen die op dit moment nog niet allemaal te overzien zijn. De verwachting is dat de kwaliteit van het aanbod – eigentijdsheid, onderscheidend vermogen, onderhoud – meer onder druk komt te staan doordat de investeringsruimte beperkter is geworden. En de arbeidsmarkt staat onder druk. Bedrijven hebben moeite om geschikt personeel te vinden in bijvoorbeeld de horeca.

2.3 Toerisme in balans

We zien dat de afgelopen jaren de houding ten opzichte van toerisme en recreatie is gewijzigd. Er is steeds meer aandacht voor 'Waardevol Toerisme'. Een goede balans tussen toeristische druk enerzijds en een prettige leefomgeving anderzijds, maar ook tussen vraag en aanbod. Bij toekomstige ontwikkelingen moet hier rekening mee worden gehouden. Lelystad gaat de komende jaren groeien qua aantal woningen en inwoners. Dat biedt kansen om qua vrijetijdsaanbod ook te groeien, zodat Lelystad een aantrekkelijke woonstad blijft. Toeristische ontwikkeling moet goed (beleidsmatig) verbonden worden met de ontwikkeling binnen andere beleidsterreinen, zoals wonen, economie in brede zin en infrastructuur.

Bestemmingsontwikkeling

Op basis van de bestaande informatie over toerisme en recreatie in Lelystad schatten we in dat Lelystad op dit moment relatief aan het begin van de toeristische bestemmingsontwikkeling staat, tussen fase 1 en fase 2, zie figuur 2.2.

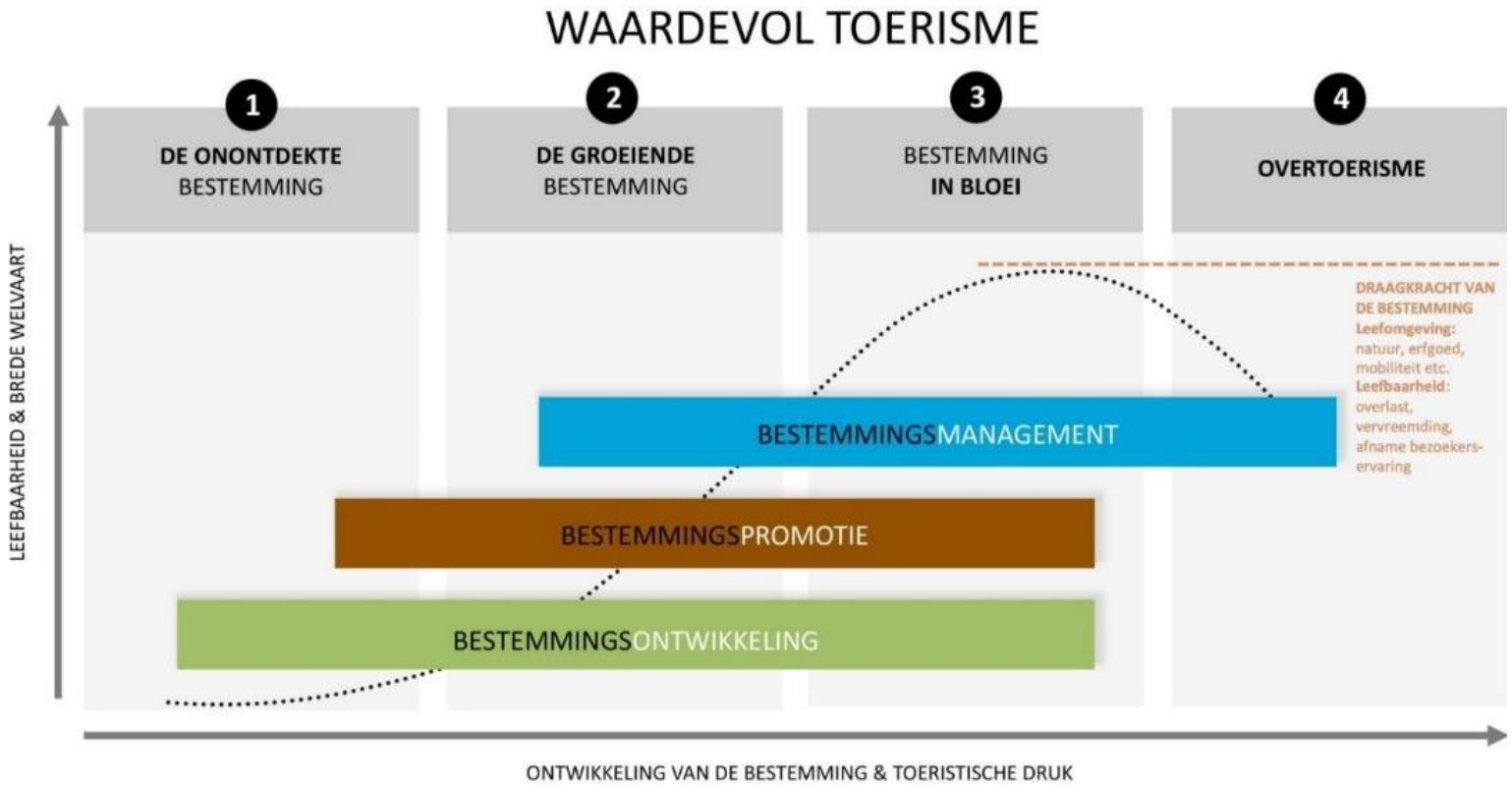
In de eerste fase ontdekken 'pioniers' de bestemming. De toerist is op zoek naar een authentieke ervaring. In deze fase is het belangrijk dat de bestemming (flink) in het toeristisch aanbod (dagrecreatie, horeca, verblijf etc.) en de bekendheid van het gebied investeert. De tweede fase wordt gekenmerkt door eerst een lichte en daarna explosieve groei van de toeristische vraag. Er komen niet alleen pioniers, maar ook mensen die op zoek zijn naar meer generiek vermaak. Meer bezoekers en verschillende typen bezoekers. De omzet en werkgelegenheid in de toeristische industrie groeien sterk, er is een positieve kosten-baten balans, waarvan de lokale gemeenschap en economie profiteert. Het product wordt diverser, evenals de marketing.

Over het algemeen is Lelystad nog een relatief onontdekte toeristische bestemming, zeker voor een vakantie of weekend weg met een leisure doeleinde. Daarentegen weten – met name dagjesmensen – een aantal

voorzieningen in Lelystad, zoals Batavia Stad, Batavialand en de Oostvaardersplassen, al redelijk goed te vinden.

In de fase waarin Lelystad zich nu bevindt is het belangrijk dat de bestemming in promotie en productontwikkeling investeert. Daar komen we later in dit uitvoeringsprogramma op terug. Om de andere fasen te bereiken moet beleidsmatig langdurig worden ingezet op recreatie en toerisme. In bijlage 1 hebben we een toelichting op het model opgenomen.

Figuur 2.2: Ontwikkeling van de bestemming



2.4 Doelen: wat willen we bereiken

Lelystad heeft een aantal sterke troeven om zich te mengen in de slag om de bezoeker. We hebben de ambitie om een vanzelfsprekende vrijetijdsbestemming te worden en de komende jaren toerisme en recreatie verder te ontwikkelen in omvang, kwaliteit en veelzijdigheid om daarmee de leefbaarheid, aantrekkingskracht en economie van Lelystad te vergroten.

Balans is, zoals hierboven geschetst, belangrijk bij deze groei. Iedereen moet kunnen profiteren van toerisme en recreatie; van onze eigen inwoners, tot de lokale middenstand en het toeristisch bedrijfsleven.

Stand van zaken doelstellingen

In 2021 heeft een evaluatie plaatsgevonden waarin ook is gekeken naar de doelstellingen. Op onderdelen gaat het goed: meer overnachtingen, meer werkgelegenheid en een beter imago. Maar we hebben ook nog genoeg te doen. Zo is het beeld dat eigen inwoners van Lelystad hebben in de afgelopen periode niet verder verbeterd.

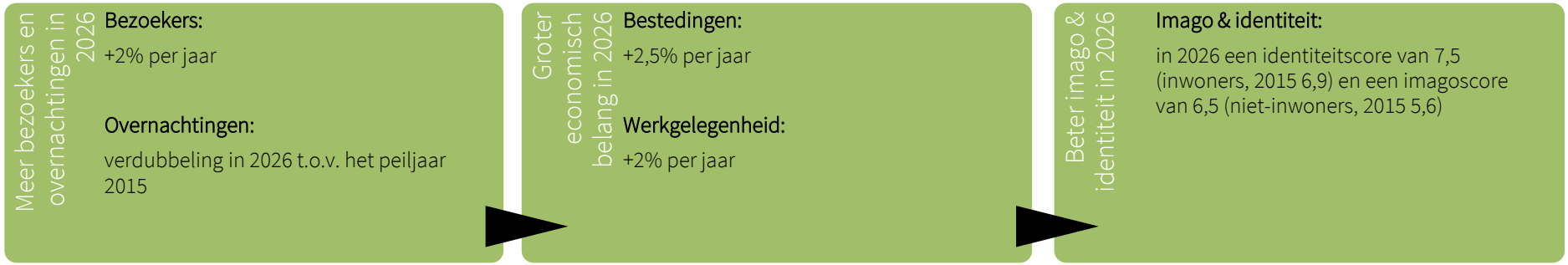
Ten opzichte van 2016 zijn de doelen nog steeds relevant en daardoor onveranderd gebleven. Wel willen we benadrukken dat toerisme niet een doel op zich is, maar een middel om bij te dragen aan opgaven die Lelystad breed spelen. Concreet willen we bijdragen aan:

- De bekendheid van Lelystad;
- Het vergroten van de aantrekkingskracht van Lelystad;
- Het creëren van een prettige woonomgeving;
- En een gezonde lokale economie.

Belangrijke randvoorwaarden daarbij zijn dat:

- Er voor iedereen – inwoner en bezoeker – wat te doen is in Lelystad; vrijetijdsvoorzieningen voor iedere leefstijl[10] passend bij de kenmerken van de verschillende gebieden in Lelystad;
- De vrijetijdsvoorzieningen (fiets- en wandelpaden, attracties, horeca etc.) voldoen aan de kwaliteit waar de huidige en toekomstige gast om vraagt (m.a.w. goed onderhouden, eigentijds, vraaggericht etc.);
- Dat onze vrijetijdssector professioneel is georganiseerd en gastvrijheid voorop staat.

Figuur 2.3: doelen uitvoeringsprogramma 2016-2026



[10] Zie bijlage 5 en het schema op pagina 20.

2.5 Kaders

Lelystad Next Level

Lelystad wil naar een 'next level'. Een (economisch) aantrekkelijke stad met een sociaal sterke en duurzame samenleving. Met als ambitie:

Lelystad, hoofdstad van de Nieuwe Natuur, is in 2040 een zelfstandige, sociaal veerkrachtige, duurzame, aantrekkelijke en economisch sterke stad met minimaal 100.000 inwoners.

Een stad waarin jongeren hun talenten ontwikkelen en waarin ouderen lang bij de samenleving betrokken blijven en waardig oud worden. Een stad waar nieuwe én huidige bewoners prettig wonen, werken en ondernemen. En bovendien een stad waar genoeg ruimte is voor recreatie en natuurbeleving. Zo moet er meer ruimte komen voor recreatie en toerisme langs de kustzone. De ambities zijn groot en de opgaven zijn uitdagend en complex en vragen om inbreng en betrokkenheid van verschillende partijen en sectoren. Dit vraagt om integraliteit, samen optrekken, op alle vlakken. Ook de ambitie om te groeien als stad en de komende jaren veel meer bewoners te verwelkomen in Lelystad heeft impact.

De vrijetijdssector moet daar een belangrijke bijdrage aan leveren. Zonder voldoende passende voorzieningen waar mensen invulling kunnen geven aan hun vrije tijd, zonder aantrekkingskracht op bezoekers van buiten en zonder werkgelegenheid en mogelijkheden om te ondernemen in een groeiende sector ben je immers een veel minder aantrekkelijke stad om je te vestigen. De vrijetijdssector draagt op veel manieren bij aan andere beleidsterreinen. Daarom zijn ontwikkelingen op andere beleidsterreinen ook relevant voor toerisme en recreatie.

Perspectief Bestemming Flevoland 2030

De provincie Flevoland zet ook in op vrijetijdseconomie o.a. via Het Perspectief Bestemming Flevoland 2030. Het perspectief Bestemming Flevoland 2030 is een regionale doorvertaling van de landelijke visie op toerisme in 2030. Het perspectief brengt focus aan binnen het bestaande toeristische beleid van de provincie Flevoland. Door toerisme in te zetten als middel bij diverse maatschappelijke vraagstukken, is de ambitie dat iedere Flevolander in 2030 profijt heeft van toerisme.

De focus ligt o.a. op de ontwikkeling van beleefbare natuur, zoals Oostvaardersoevers, Nationaal Park Nieuw Land en de ontwikkeling van Poort Oostvaardersplassen Lelystad. De provincie ziet een rol voor zichzelf weggelegd als het gaat om stimuleren en bevorderen van toeristische voorzieningen en arrangementen.

Samenwerking MRA

Tot slot is de samenwerking in de Metropoolregio Amsterdam (MRA) relevant. De verschillende overheden en organisaties binnen de MRA werken o.a. samen om bezoekers te ontvangen en spreiden. Er zijn een viertal projecten die meerjarig doorlopen, namelijk: Amsterdam Bezoeken, Holland Zien (ABHZ), regionale accommodatiestrategie, Cycleseeing Amsterdam en regionale evenementenstrategie. In 2021 wordt de Strategische Agenda Toerisme in de MRA herijkt. Dit vormt de basis voor de verdere samenwerking binnen bepaalde thema's zoals duurzaamheid, marketing, spreiding en bereikbaarheid. In 2022 wordt deze agenda vastgesteld.

Er zijn natuurlijk meer kaders of beleidsuitgangspunten die van invloed zijn op dit uitvoeringsprogramma. In bijlage 2 hebben we een tabel opgenomen waarin we verschillende kaders, programma's en projecten uiteenzetten

3 Strategische uitgangspunten

In dit hoofdstuk hebben we de kaders voor het uitvoeringsprogramma uiteengezet. Daarbij schetsen we de strategische uitgangspunten in paragraaf 3.2, zoals de positionering van Lelystad als Hoofdstad van de Nieuwe Natuur en gebiedsprofilering. Deze strategische uitgangspunten geven richting en vormen de basis voor de uitwerking van de speerpunten in hoofdstuk 4.

3.1 Inleiding

Om de groei van de vrijetijdseconomie te verzilveren is dit programma opgesteld. Het herijkte uitvoeringsprogramma vrijetijdseconomie moet in de periode 2022 t/m 2026 een belangrijke bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van de vrijetijdssector en aanverwante sectoren en de aantrekkelijkheid van Lelystad als woon- en werkgebied versterken.

Op basis van de inzichten uit de evaluatie, ontwikkelingen in het algemeen en de vrijetijdssector specifiek en aan de hand van de input van stakeholders hebben we een duidelijke focus gekozen voor de komende vier jaar en de speerpunten aangescherpt. Daarbij zijn de uitgangspunten, de structuur en doelen van het oorspronkelijke uitvoeringsprogramma zo veel mogelijk gehandhaafd, omdat ze nog steeds relevant en bruikbaar zijn.

3.2 Uitgangspunten

We hebben de ambitie om een vanzelfsprekende vrijetijdsbestemming te worden en de komende jaren toerisme en recreatie verder te ontwikkelen in omvang, kwaliteit en veelzijdigheid. Dit moet bijdragen aan het vergroten en versterken van de leefbaarheid (voor eigen inwoners), aantrekkingskracht en economie (waaronder werkgelegenheid) van Lelystad. We willen de komende jaren meer bezoekers verwelkomen, die meer en langer verblijven en meer geld uitgeven waardoor o.a. meer Lelystedelingen een passende baan vinden in de vrijetijdssector.

De belangrijkste strategische uitgangspunten bij het realiseren van deze ambitie zijn:

Uitgangspunt 1: heldere positionering
Het is van groot belang te bepalen welke positie Lelystad inneemt in bijvoorbeeld de vrijetijdseconomie in Nederland. Wat ben je wel en wat ben je niet, wat maakt ons anders dan andere bestemmingen? Waarom moet een bezoeker naar Lelystad komen en wat ervaart hij of zij dan?

Onderscheiden en meeliften
Lelystad heeft een bijzonder verhaal (zie bijlage 3) te vertellen. Onze geschiedenis maakt wie we zijn en is onlosmakelijk verbonden aan het Flevolandse verhaal. De strijd tegen het water, de grootste polder ter wereld, het werkeiland, sluizen, dijken, gemalen, polderstructuur, New Towns, nieuwe natuur en nieuwe cultuur vormen belangrijke onderdelen van dit verhaal. Ook in de samenwerking met de provincie Flevoland en de Metropoolregio Amsterdam worden deze eigenschappen benadrukt. Het maakt namelijk ook onderdeel uit van het totale verhaal van de Amsterdamse regio.

De positionering
Ons DNA is te vatten in de volgende drie begrippen: *nieuwe natuur*, *pioniersgeest* en *ruimte* en vertalen we in de positionering van Lelystad als ‘De hoofdstad van de nieuwe natuur’.
Voor de goede orde: dit is niet onze slogan, maar de kernpropositie; de ‘kapstok’ die we gebruiken voor de toeristische positionering van Lelystad.

Met de *nieuwe natuur* wijzen we op de natuurbeleving die Lelystad kan bieden. Met de Oostvaardersplassen, de Marker Wadden, het Markermeer,

het Natuurpark Lelystad en Zuigerplasbos als iconen. Met het begrip *pioniersgeest* maken we de connectie met de durf, het lef, de innovatieve benadering en het *man-made* dat kenmerkend is voor Lelystad. En *ruimte* verwijst enerzijds naar landschappelijke elementen, zoals de polder, het landschap, het water, het Markermeer en haar havens én anderzijds naar de ruimte om te ontspannen, te genieten en plezier te hebben met vermaak en fun.

De positionering van Lelystad versterken we door het verhaal en het DNA als kapstok te gebruiken. Het uitdragen van dit verhaal en het DNA op verschillende manieren en meerdere plekken – waaronder onze toeristische gebieden – is daarbij essentieel. Denk hierbij aan gebiedsontwikkeling, de juiste beleving creëren, marketing en promotie, innovatieve projecten en dergelijke.

Uitgangspunt 2: sterke profilering d.m.v. toeristische poorten en parels

Lelystad heeft een aantal toeristische gebieden. Het profileren van de verschillende toeristische gebieden heeft voordelen, namelijk:

- het brengt een differentiatie aan in het toeristisch-recreatief product van Lelystad, waardoor je als bestemming aantrekkelijker wordt;
- het biedt de huidige vrijetijdsondernemers duidelijkheid;
- het biedt toekomstige investeerders duidelijkheid;
- het geeft de gemeente duidelijkheid bij het planologisch inrichten van de gebieden;
- het geeft de gemeentelijke prioriteiten weer.

Toeristische toegangspoorten en parels

Voor een aantal toeristische gebieden hebben we de afgelopen jaren gebiedsprofielen opgesteld die zijn opgebouwd uit bestaande kenmerken van de gebieden, in combinatie met de groeipotentie (zie afbeelding 3.1 op de volgende pagina). De gebiedsprofielen dragen bij aan het versterken van het verhaal van Lelystad en zijn onder te verdelen in twee categorieën:

- De toeristische toegangspoorten. Daar waar een clustering van toeristisch recreatieve voorzieningen aanwezig is, is er van nature een bezoekersstroom. Deze gebieden hebben een zogenoemde poortfunctie:
    - Lelystad Kust (specifiek het Bataviakwartier en jachthavens)
    - Natuurpark Lelystad
    - Poort Oostvaardersplassen Lelystad
    - Gebied Lelystad Airport
    - Stadshart
    - En in de toekomst: het Schiereiland
- De toeristische parels zijn van betekenis omdat deze gebieden goed aansluiten bij de versterking van onze positionering: *'De hoofdstad van de nieuwe natuur'*. Dit zijn:
    - De Marker Wadden;
    - Het Zuigerplasbos;
    - Werkeiland;
    - En in de toekomst: de Kop van de Knardijk

Zie ook bijlage 4 voor een toelichting op de poorten en parels. Deze poorten en parels 'bewijzen' in sterke mate de kernpropositie van Lelystad als *'De hoofdstad van de nieuwe natuur'* doordat ze tenminste twee (en vaak alle drie) van de onderliggende waarden *nieuwe natuur*, *pioniersgeest* en *ruimte* belichamen. De bewijslast die deze poorten en parels leveren rechtvaardigen een hoge mate van aandacht en toekenning van middelen vanuit de gemeente.

In afbeelding 3.1 op de volgende pagina hebben we de toegangspoorten en parels weergegeven met daarbij een kernpropositie per gebied en de 'match' met specifieke doelgroepen. Hiervoor is het doelgroepsegmentatie model Leefstijlvinder gebruikt (www.leeftijlvinder.nl), zie bijlage 5.

Afbeelding 3.1: Toeristische toegangspoorten en parels in Lelystad

(Nationaal Park Nieuw Land is geen poort of parel, maar een samenvoeging van meerdere gebieden)

	DOELGROEP	KERNPROPOSITIE
BATAVIAKWARTIER	Stijlzoeker Harmoniezoekers En op termijn plezierzoeker	Batavia Kwartier biedt een premium totaalbeleving voor jong en oud met een stijlvolle shopbeleving, uniek cultureel aanbod, gezellige horeca, een moderne haven en goede voorzieningen. In Batavia Kwartier geniet u van een compleet dagje uit in een ontspannen omgeving aan het water.
WERKEILAND	Verbindingszoeker Inzichtzoeker	Het Werkeiland is het historische startpunt van het nieuwe land Flevoland, waar polderarbeiders land gewonnen hebben vanuit het water en de eerste woon-werkgemeenschap ontstond. Trotse en gastvrije bewoners en ondernemers laten u de pioniersgeest van Lelystad beleven, terwijl u ontspant en geniet van de weidsheid aan het water.
NATUURPARK	Inzichtzoeker Rustzoeker Verbindingszoeker	Natuurpark Lelystad biedt met haar wilde dieren in een natuurlijke leefomgeving, goed begaanbare paden en natuurgerichte activiteiten een educatieve natuurbeleving, aantrekkelijk voor jong en oud op zoek naar rust, plezier of meer verdieping.
POORT LELYSTAD OOSTVAARDERSPLASSEN	Rustzoeker Avontuurzoeker	Poort Lelystad is het avontuurlijke startpunt van de Oostvaardersplassen waar je verrast wordt door de overweldigende natuur en waar je je kunt onderdompelen in de ontstaansgeschiedenis van Flevoland. Hier ontdek je de wildernis.
LELYSTAD AIRPORT	Inzichtzoeker Avontuurzoeker	Gebied Lelystad Airport is centraal gelegen rondom Lelystad Airport. Hier beleef je de techniek van de toekomst. Maak kennis met de nieuwste innovaties op het gebied van luchtvaart, logistiek, voedselproductie en duurzaamheid. Laat je uitdagen en verleg je grenzen!
STADSHART	Harmoniezoeker Verbindingszoeker En op termijn plezierzoeker	Stadshart is het makkelijk bereikbare, centraal gelegen centrum van Lelystad. In dit gastvrije gebied kom je elkaar tegen, spreek je samen af en vind je een vertrouwd aanbod van horeca, winkels, culturele en openbare voorzieningen. Kortom, het Stadshart is dé plek om elkaar te ontmoeten!

NB: Marker Wadden, Kop van de Knardijk en Zuigerplasbos worden nog uitgewerkt.

Uitgangspunt 3: voldoende financiële middelen

We kunnen de doelen alleen realiseren met voldoende financiële middelen. Daarvoor kunnen we niet alleen leunen op de sector (zeker niet omdat het financiële weerstandsvermogen van de sector behoorlijk is aangesproken door de coronacrisis). We moeten zelf ook een substantiële financiële bijdrage leveren.

Gemeentelijke middelen zijn echter ook schaars en moeten op een zo efficiënt, effectief en duurzaam mogelijke manier worden ingezet. Door de brede scope van de vrijetijdseconomie gaan we meer op zoek naar cross-sectorale afstemming met andere beleidsvelden en investeringsprogramma's, zowel intern als extern. Lelystad Next Level is daar een voorbeeld van.

Investeringen in de vrijetijdssector

Het belang van de vrijetijdssector is groot, zowel in economische zin als voor de kwaliteit van de woon- en werkomgeving. Dat rechtvaardigt een flinke investering in de vrijetijdssector, zeker bij de groei-ambities van Lelystad als woongebied.

Heldere rolverdeling

Wij willen als gemeente initiëren (bijvoorbeeld projecten die de beleving in de openbare ruimte vergroten), faciliteren, stimuleren, meedenken en ervoor zorgen dat de basis op orde is. Ondernemers moeten voor aanbod, voorzieningen, beleving en gastvrijheid zorgen, zodat een aantrekkelijk toeristisch totaalproduct ontstaat. We gaan als gemeente niet op de stoel van de ondernemer zitten, maar denken wel graag mee met initiatiefnemers en ondersteunen waar het kan en passend is. Daarmee vormen wij als gemeente een belangrijke schakel in het ontwikkelen van de vrijetijdssector.

4 De speerpunten; waar gaan we op inzetten

Om onze ambities te bereiken en doelen te behalen zetten we de komende jaren in op zes speerpunten: bekendheid, beleving, bereikbaarheid, beschikbaarheid, samenwerking en onderwijs- en arbeidsmarkt. Deze speerpunten hebben we uitgewerkt in paragraaf 4.2 t/m 4.7.

4.1 Focus speerpunten

Op basis van de inzichten uit de evaluatie, nieuwe kaders en input van ondernemers, hebben we focus aangebracht, zodat de invulling van de speerpunten beter aansluit bij onze ambities, beoogde koers, de wensen vanuit onze achterban en beter te realiseren zijn.

De komende jaren gaan we vooral inzetten op het stimuleren van de vraag (speerpunt bekendheid), het verrijken van de beleving en de bereikbaarheid; de eerste drie speerpunten. Lelystad staat nog relatief aan het begin van de toeristische bestemmingsontwikkeling, zie figuur 2.2 op pagina 14, tussen fase 1 en fase 2. In de fase waarin Lelystad zich nu bevindt is het belangrijk dat de bestemming in productontwikkeling en promotie investeert. Daar zetten we dan ook op in.

Vanzelfsprekend zal er ook aandacht zijn voor de ontwikkeling van het aanbod (speerpunt beschikbaarheid). Hier zullen we vooral aandacht hebben voor kwalitatieve ontwikkeling. Dat wil zeggen: stimuleren van aanbod dat complementair is aan het huidige aanbod en het stimuleren van initiatieven die goed inspelen op de wensen van de gast van nu en de toekomst en de wensen van de Lelystedelingen. En in het algemeen hogere vitaliteit en kwaliteit van het aanbod. Ook blijven de speerpunten samenwerking en onderwijs & arbeidsmarkt van belang de komende vier jaar.

We werken daarmee de komende jaren aan de volgende speerpunten:

- Lelystad moet voldoende **bekend** zijn, zich goed positioneren en bezoekers moeten het juiste beeld hebben van Lelystad.
- Lelystad moet voldoende interessant zijn, er moet wat te **beleven** zijn; een bezoek moet verrassen en de verwachtingen overtreffen.
- Lelystad moet zowel fysiek als digitaal goed **bereikbaar** en ontsloten zijn en ook de verschillende bezienswaardigheden en locaties moeten verbonden zijn.
- Er moet voldoende aanbod en capaciteit **beschikbaar** zijn, aansluitend op de vraag.
- Binnen de vrijetijdseconomie wordt **samengewerkt** op lokaal, regionaal en nationaal niveau. Het op de juiste manier én met elkaar organiseren van inspanningen draagt bij aan de ontwikkeling van Lelystad als bestemming.
- Er moet een koppeling gemaakt worden met **onderwijs & arbeidsmarkt** wil je een gastvrije gemeente met goed geschoolde medewerkers zijn.

In de volgende paragrafen hebben we de speerpunten uitgewerkt in een aantal actielijnen (waar zetten we op in). In het volgende hoofdstuk hebben we de actielijnen omgezet in concrete acties.

4.2 Bekendheid

Marketing- en promotieactiviteiten moeten er voor zorgen dat Lelystad en haar toeristische gebieden op het netvlies komen te staan van bestaande én potentiële bezoekers en bewoners. Om de vraag aan te trekken (meer bezoekers naar Lelystad) zal er een intensivering van de promotionele activiteiten moeten komen en zullen we moeten bepalen op welke manier

hier uitvoering aan wordt gegeven. Naast algemene acties is het hierbij van belang dat actoren elkaar onderling versterken. De rode draad – de positionering van Lelystad als *De hoofdstad van de nieuwe natuur* – is een belangrijk verbindend element voor alle promotionele activiteiten.

Bekendheid wordt onder andere gegenereerd door de inzet van campagnes. Dit is in de afgelopen jaren voor de internationale bezoeker vooral gedaan door aan te haken op campagnes vanuit NBTC, VisitFlevoland en Amsterdam & Partners. Dit moet ook na 2021 voortgezet worden, net zoals de laatjeverrassen-campagne, die in opdracht van gemeente Lelystad is ontwikkeld.

Waar zetten we op in?

- Ontwikkeling van een toeristische marketingvisie en -strategie
- Gezamenlijk marketing en promotie bedrijven
- Het promoten van de toeristische gebieden binnen het verhaal van Lelystad
- Het inzetten van inwoners en ondernemers van Lelystad als ambassadeurs voor de stad
- Het verzamelen van data ten behoeve van gerichte marketing

Toeristische marketingvisie en -strategie

Een duidelijke toeristische marketingvisie en -strategie en een meerjarenplan waarin we uiteenzetten hoe we invulling gaan geven aan de promotie ontbreken echter nog. Dit gaan we oppakken, zodat de komende jaren een campagne kan worden uitgerold. De strategie en het meerjarenplan moeten ook ingaan op (fysiek) gastheerschap, productontwikkeling en de manier waarop de promotie- en marketingactiviteiten georganiseerd kunnen worden. Gaan we deze taken binnen het gemeentehuis beleggen? Of leggen we dit bij een externe partij neer? En hoe betrekken we daar andere marketingorganisaties, zoals VisitFlevoland, bij? Hier zullen we ons in de komende tijd (geïntegreerd in de visievorming rond communicatie en promotie gemeente breed) over buigen en een keuze in maken.

Gezamenlijk marketing en promotie bedrijven

De gebiedspartners moeten gezamenlijk relevante doelgroepen op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau bewerken. Voor een deel zijn de doelgroepen al bepaald voor de Poorten en Parels (zie pagina 20). Op basis van onderzoek zal ook voor de resterende gebieden (De Marker Wadden, het Zuigerplasbos en in de toekomst De Kop van de Knardijk en het Schiereiland) gekeken moeten worden voor welke doelgroepen uit Lelystad zelf, Flevoland en de rest van Nederland en het buitenland deze gebieden aantrekkelijk zijn en wat ervoor nodig is om die doelgroepen te bereiken. De consistente factor hierin moet de verbinding met de kernpropositie en het daarvan afgeleide merk Lelystad zijn.

Het promoten van de toeristische gebieden binnen het verhaal van Lelystad

De kernpropositie van Lelystad vormt de paraplu waaronder de afzonderlijke poorten en parels in Lelystad gepromoot worden. Echter ieder gebied heeft ook een eigen verhaal en doelgroep. Door deze op elkaar aan te laten sluiten en het verhaal van de deelgebieden een plek te geven binnen het ‘grote verhaal van Lelystad’ versterkt het elkaar en ontstaat een aantrekkelijk totaalproduct met verschillende smaken. Zo spreekt het Bataviakwartier vooral Stijl- en Harmoniezoekers aan, het Werkeiland Verbindings- en Inzichtzoeker en de Oostvaardersplassen Rust- en Avontuurzoekers. Allemaal met hun eigen aanbod en gekoppeld aan de kernpropositie van Lelystad *‘De hoofdstad van de nieuwe natuur’*.

Het inzetten van inwoners en ondernemers van Lelystad als ambassadeurs voor de stad

De Lelystedelingen en onze ondernemers zijn dé ambassadeurs van Lelystad. Zij spelen bewust en onbewust een belangrijke rol bij de beeldvorming over Lelystad. Daarnaast zijn zij onderdeel van het verhaal van Lelystad; dat verhaal gaat immers ook over hen. Ten slotte spelen onze eigen inwoners en de (toeristisch-recreatieve) ondernemers een rol in de gastvrije gemeente die we zijn.

Het verzamelen van data ten behoeve van gerichte marketing
Het verzamelen van data is belangrijk voor het gericht inzetten van marketing en promotie. Zo leverde de campagne laatjeverrassen.nl, die door City Marketing Lelystad in opdracht van de gemeente is uitgevoerd in 2020 en 2021, interessante data op over potentiële bezoekers. Data is ook nodig voor het monitoren van beleid. Daarom is ook de komende jaren het verzamelen van relevante data van belang. Dit kan door aan te haken op bestaande of nieuwe monitoringsinstrumenten, zoals Visitor Data en landelijke of regionale tools.

4.3 Beleving

In de huidige 'experience economy' draait het om het creëren van een unieke belevenis en ervaring. Het gaat om het zichtbaar en voelbaar maken van de positionering van Lelystad. Het waarmaken van de belofte, zodat bezoekers geraakt worden en het bezoek beklijft. Omdat toerisme een ketenproduct is, dragen vele partijen (met verschillende rollen, belangen en achtergronden) bij aan de gastbeleving. Afstemming en samenwerking tussen alle partijen is daarom essentieel.
Door in te zetten op de toeristische gebieden (toeristische poorten en parels, zie pagina 20) creëren we samenhang en versterken we de beleving van Lelystad. Beleving ligt voor een groot deel natuurlijk bij de ondernemers die met onze gasten spreken en ze een mooi verblijf of een mooie dag bezorgen. Productontwikkeling door ondernemers en andere organisaties die actief zijn in de vrijetijdssector kan ook bijdragen aan de beleving; hierbij kan een destinatiemarketing organisatie een ondersteunende rol aannemen. En we willen als gemeente zelf ook investeren in beleving in de openbare ruimte.

Waar zetten we op in?
- Versterken belevingsprofielen van de gebieden in relatie tot het verhaal van Lelystad
- Gebruik openbare ruimte om verhaal van Lelystad en haar gebieden zichtbaar te maken

Versterken belevingsprofielen van de gebieden in relatie tot het verhaal van Lelystad
Aan de hand van het verhaal van Lelystad (de Hoofdstad van de Nieuwe Natuur) hebben we voor alle toeristische gebieden een beleving per gebied uitgewerkt. Samen met ondernemers en andere gebiedspartners gaan we dit updaten, verder concretiseren en operationaliseren.

Gebruik openbare ruimte om verhaal van Lelystad en haar gebieden zichtbaar te maken
Een dijk is een dijk. Maar door het verhaal over de rol die dijken spelen in onze strijd tegen het water te delen, is diezelfde dijk ineens onderdeel van ons unieke verhaal en een interessante beleving voor bezoekers én onze eigen inwoners. Door elementen te gebruiken in de openbare ruimte, zoals het peilverschil, leven op de zeebodem, sluizen, gemalen, land art, architectuur en de polderstructuur als onderdeel van de beleving van het verhaal van Lelystad, wordt Lelystad als bestemming veel interessanter. Deze beleving kan op verschillende manieren worden gecreëerd, bijvoorbeeld door de verschillende elementen middels thematische routes (in het veld en digitaal) aan elkaar te verbinden en de elementen van informatie te voorzien. Voor de realisatie kan verbinding worden gezocht met de cultuur- en erfgoedsector.

4.4 Bereikbaarheid

Goede bereikbaarheid is essentieel. Van groot belang voor onze bezoekers en eigen inwoners is de wijze waarop Lelystad bereikbaar is, de onderlinge toeristische gebieden met elkaar zijn verbonden en de toeristische informatie (online en offline) is ontsloten. Vanuit de vastgestelde mobiliteitsvisie 2020-2030 worden de komende jaren diverse maatregelen genomen die de bereikbaarheid van Lelystad verbeteren, zoals het oplossen van ontbrekende schakels in het wandel- en fietsknooppuntennetwerk.

Waar zetten we op in?

- Verbeteren bewegwijzering
- Versterken wandelrecreatie
- Verbeteren (digitale) informatievoorziening
- Gastheerschap 2.0
- Stimuleren van gebruik: Lelystad is goed bereikbaar via het spoor, het water, de weg en de lucht

Verbeteren bewegwijzering

Het verder versterken van het fietsknooppuntennetwerk en de (recreatieve) bewegwijzering dragen bij aan de verbetering van de wayfinding. In 2017-2019 is vooral aandacht geweest voor het investeren in de fietsnetwerken en TOP's (toeristische overstapplaatsen). De eerste fase van de toeristische bewegwijzering is gerealiseerd. De focus ligt nu op het optimaliseren van de objectbewegwijzering, waarbij ondernemers gewezen worden op de mogelijkheden om deel te nemen. Heldere netwerken creëren verbindingen en samenhang tussen de toeristische gebieden van Lelystad, daarnaast kan hier beleving aan toegevoegd worden, waardoor de zichtbaarheid en het herhaalbezoek wordt vergroot.

Versterken wandelrecreatie

Volgens data uit de Nationale Wandelmonitor 2021 (bron: Wandelnet) worden jaarlijks in Nederland z0'n 1,8 miljard ommetjes gewandeld (wandelingen van 20 minuten tot een uur) en ruim 650 miljoen wandeltochten (1 uur tot 2,5 uur). Zo'n 84% van de Nederlanders van 16 jaar en ouder maakt wel eens een ommetje en tweederde gaat zo nu en dan een uur of langer op pad. Wandelen is ook één van de populairste vakantieactiviteiten. In de coronatijd is de populariteit van wandelen verder toegenomen. Tijdens de coronacrisis is zeven op de tien jongeren tot 30 jaar meer gaan wandelen. Van degenen die meer zijn gaan wandelen is het merendeel van plan dit te blijven doen.

In tegenstelling tot het fietsknooppuntnetwerk is het wandelnetwerk nog niet Nederland-dekkend. De bestaande netwerken zijn fijnmazig en beslaan doorgaans slechts een deel van een provincie. In Flevoland ligt geen wandelnetwerk. Twee jaar geleden heeft een verkenning plaatsgevonden waaruit blijkt dat een Flevoland dekkend wandelnetwerk niet interessant is. Met name doordat de verbindingen tussen de gemeenten niet aantrekkelijk genoeg zijn. Desalniettemin zien we kansen om onze wandelpositie te versterken voor onze eigen inwoners en bezoekers van buiten. Daarom willen we kijken of we het wandelproduct in Lelystad kunnen intensiveren (mogelijk in de vorm van een netwerk). In afstemming met de terreinbeherende organisaties en provincie Flevoland.

Verbeteren (digitale) informatievoorziening

Bezoekers moeten ook online goede informatie over Lelystad kunnen vinden. Vanaf het moment dat ze zich oriënteren op een bezoek aan Lelystad, tijdens het bezoek zelf en zodra het bezoek achter de rug is, dus gedurende de gehele klantreis. De digitale informatievoorziening zal dan ook zo optimaal mogelijk moeten worden ingericht. Om buitenlandse bezoekers op de juiste manier te informeren, dient de toeristische informatie in meerdere talen beschikbaar te zijn.

Gastheerschap 2.0
Bereikbaarheid gaat ook over vindbaarheid en gastheerschap. Gastheerschap gaat over bezoekers op een vriendelijke manier welkom heten, fysieke en/of digitale punten waar informatiemateriaal wordt uitgegeven en ondernemers die naar elkaar doorverwijzen. Door een andere informatiebehoefte en technologische ontwikkelingen is het gastheerschap aan verandering onderhevig. Bezoekers en de Lelystedelingen oriënteren zich op verschillende manieren op een uitstapje of vakantie in Lelystad. Dat vraagt om een goede visie op gastheerschap.

Stimuleren van gebruik: Lelystad is goed bereikbaar via het spoor, het water, de weg en de lucht
De ontwikkeling om dé riviercruisehaven (Bataviahaven) van Flevoland te worden. En de opening van Lelystad Airport (vanwege de demissionaire status van het kabinet is de opening uitgesteld) bieden kansen om nieuwe doelgroepen naar Lelystad te trekken. De bereikbaarheid van de Metropoolregio Amsterdam neemt met deze ontwikkelingen verder toe. Om de kansen te verzilveren zijn goede verbindingen met Amsterdam essentieel. Het is daarom belangrijk om te zoeken naar mogelijkheden voor het realiseren van cross-overs met mobiliteit.

4.5 Beschikbaarheid

De aanwezigheid van vrijetijdsvoorzieningen maken of breken Lelystad als aantrekkelijke bestemming. Het vrijetijdsaanbod moet zowel in kwantitatieve (de omvang, aantal voorzieningen) als kwalitatieve zin (veelzijdigheid, eigentijdsheid etc.) voldoende zijn ten opzichte van de vraag.
Uit de gesprekken met de sector is gebleken dat het huidige aanbod voldoende handvatten geeft om volop in te zetten op het vergroten van onze bekendheid. Bestaande ontwikkelingen, zoals Poort Oostvaardersplassen en Bataviakwartier zullen op termijn voor meer kwalitatief aanbod zorgen. Hierbij speelt balans tussen aanbod en vraag een grote rol. Daarnaast zet Lelystad in op een forse groei in inwonersaantallen. Dit zorgt voor een grotere recreatiebehoefte en daarmee aanbod dat hierop aansluit. Daarom gaan we ons binnen dit speerpunt de komende vier jaar met name richten op de kwaliteit en veelzijdigheid van het aanbod. Dat wil zeggen; stimuleren van aanbod dat complementair is aan het huidige aanbod. Met andere woorden initiatieven die goed inspelen op de wensen van onze eigen inwoners en die van onze huidige en potentiële gast. En we streven naar vitaal aanbod (toekomstbestendig en kwalitatief hoogwaardig) met aandacht voor duurzaamheid.

Waar zetten we op in?
- Ruimte voor verblijfsrecreatie initiatieven
- Innovatie stimuleren
- Kwalitatieve groei dagrecreatie aanbod
- Continueren rol accountmanagement
- Lelystad als duurzame bestemming

Ruimte voor verblijfsrecreatie initiatieven
We zien nog ruimte om nieuwe verblijfsrecreatie initiatieven toe te voegen. De ontwikkelingsmogelijkheden voor hotels, camperplaatsen, vakantieparken en natuurgerichte verblijfsrecreatie, alsmede exclusieve vormen van overnachtingsmogelijkheden variëren per plek. We willen wel duurzaam omgaan met de beschikbare ruimte. Daarom ligt de focus op een *kwalitatieve* toename. Het type en de grootte van de accommodatie moet passen bij het profiel van het gebied en de beleving en positionering van Lelystad versterken.

Innovatie stimuleren
Voortdurende innovatie van producten en diensten is noodzakelijk om in de dynamiek van de vraag en de markt bij te kunnen blijven. Bezoekers hebben hoge verwachtingen en zijn constant op zoek naar nieuwe avonturen en belevingen. Dat vraagt van ondernemers dat ze continu in de spiegel kijken (ben ik nog met de juiste dingen bezig) en goed op de hoogte zijn van trends

en ontwikkelingen. En dat vraagt om beleidsmatige ruimte, zodat ondernemers in staat worden gesteld om snel in te spelen op nieuwe ontwikkelingen, zoals een glamping tent, boomhut, tiny house of pop-up concept. Daarom gaan we kennis uitwisselen en ruimte creëren voor bijzondere concepten door de mogelijkheden binnen bestaande gebiedsontwikkelingsprocessen te verkennen.

Kwalitatieve groei dagrecreatie aanbod
Onze focus op het gebied van acquisitie ligt de komende jaren op verblijfsrecreatie (bijvoorbeeld hotel(s) langs de kust) én op het toevoegen van nieuwe dagrecreatie voorzieningen en andere leisure concepten, zoals in het Bataviakwartier.

We gaan onderzoeken waar in Lelystad ruimte is voor nieuwe toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Het resultaat moet een 'vlekkenkaart' zijn met daarop per gebied de ontwikkelmogelijkheden.

Continueren rol accountmanagement
Juist in deze periode is aandacht en één loket belangrijk. De accountmanager fungeert als linking pin tussen overheid en ondernemers en kan een bijdrage leveren in het bevorderen van kwaliteitsverbeteringen, innovatie en kennisdelen.

Lelystad als duurzame bestemming
We gaan verkennen hoe we Lelystad kunnen ontwikkelen als duurzame bestemming. Waar kunnen we op inzetten en welke bestaande programma's kunnen we benutten? Duurzaamheid en circulair ondernemen zijn belangrijke thema's in Lelystad en relevant voor de vrijetijdssector. We gaan dit combineren met het stimuleren van kwaliteitsverbetering en verdere professionalisering; hoe kan dat op een duurzame manier worden gedaan.

4.6 Organisatie & samenwerkingsverbanden

Het is belangrijk om de handen tussen alle gebiedspartners in één te slaan, kennis te delen, gezamenlijk Lelystad te promoten en samen te investeren in de vrijetijdseconomie van Lelystad. Hoewel samenwerking alleen maar relevanter wordt, is kritisch kijken naar de toegevoegde waarde van belang. Daarnaast moeten we de kracht van de regio en de verschillende samenwerkingsverbanden die er nu al zijn niet onderschatten. Ook daar speelt de wens om door samenwerking meer te kunnen betekenen en de vrijetijdseconomie verder te versterken.

Waar zetten we op in?

- Samenwerking op het gebied van marketing en productontwikkeling stimuleren
- Collectieve financierings- en investeringsmodellen
- Het voortzetten van of aanhaken op regionale samenwerking
- Efficiënte en effectieve communicatie

Samenwerking op het gebied van marketing en productontwikkeling stimuleren
De samenwerking binnen de stad verdient meer aandacht. Dit lukt op gebiedsniveau, maar nog niet stadsbreed. Samenwerking levert allerlei schaalvoordelen op. Het is aan te bevelen dit als onderdeel mee te nemen in de marketingvisie en -strategie (waarbij de insteek moet zijn dat de stakeholders een grotere rol krijgen in het maken van de keuzes en het verrichten van activiteiten gericht op marketing en productontwikkeling, zie het speerpunt bekendheid). Marketingexpertise en middelen kunnen worden gebundeld. Hierdoor ontstaat meer personele en financiële slagkracht en wordt versnippering van budget op het gebied van marketing kleiner.

De afgelopen jaren is er binnen de verschillende toeristische gebieden al goed samengewerkt, met dank aan het proces rondom de positioneringsplannen. Partijen weten elkaar hierdoor beter te vinden.

Daarnaast gaan we ook de komende jaren bijeenkomsten en inspiratiesessies organiseren om samenwerking te stimuleren. Insteek is om kennis uit te wisselen en samen te werken, waarbij gedeeld eigenaarschap belangrijk is. De rol van de accountmanager en/of het ondernemersplein is hierin cruciaal.

Collectieve financierings- en investeringsmodellen
Samen met de gebiedspartners hebben we een hoge ambitie om de sector te ontwikkelen. Voor veel organisaties en bedrijven in de vrijetijdssector is het interessant gebruik te maken van collectieve financierings- en investeringsmodellen. We gaan kijken of we op projectbasis meer en andere financiële middelen kunnen benutten en cross overs kunnen maken met andere domeinen en programma's.

Het voortzetten van of aanhaken op regionale samenwerking
Als een regionaal samenwerkingsverband positief bijdraagt aan de ontwikkeling van Lelystad, het versterken van ons verhaal en verbeteren van ons imago gaan we een samenwerking aan of zetten we de bestaande samenwerking voort. Samenwerken in de regio op het gebied van toerisme en recreatie levert doorgaans interessante ontwikkelmogelijkheden en effectievere marketing en promotie op.
De MRA (Metropoolregio Amsterdam) en provincie Flevoland zijn essentiële partners voor ons, we hebben gedeelde belangen welke tot uiting komen in verschillende projecten/programma zoals de gebiedsgerichte aanpak New Land en de 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien' samenwerking. En het perspectief Bestemming Flevoland 2030 en de in ontwikkeling zijnde uitvoeringsprogramma's. Daarnaast is samenwerking met promotieorganisaties zoals Visit Flevoland en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) en partijen als Amsterdam Cruise Port (ACP) van belang.

Efficiënte en effectieve communicatie
Betrokkenheid van ondernemers is belangrijk bij de realisatie van dit herijkte uitvoeringsprogramma. Om ondernemers te betrekken is efficiënte en bovenal effectieve communicatie noodzakelijk. We merken dat de betrokkenheid van de sector op dit moment soms te beperkt is. En dat de sector soms onvoldoende op de hoogte is van alle ontwikkelingen en waar we mee bezig zijn. Dat vinden we niet wenselijk. Daarom gaan we structureel met de sector in gesprek, de sector op de hoogte houden van ontwikkelingen middels onze kanalen (zoals de nieuwsbrief en bijeenkomsten) en op projectbasis ondernemers intensief betrekken.

4.7 Onderwijs & arbeidsmarkt

Naar verwachting groeit de vrijetijdseconomie de komende jaren verder door. Daarmee neemt ook de kans op extra banen toe. Er zal overal behoefte zijn aan de inzet van voldoende goed geschoold personeel in de gastvrijheidsindustrie. Vanwege de impact van corona en gevolgen voor de arbeidsmarkt (o.a. personeel dat gedurende de lockdown in andere sectoren aan het werk is gegaan en niet terugkeert in de vrijetijdssector) moeten we op regionaal niveau kijken naar de inzet van passende instrumenten om goed personeel te behouden en nieuwe aanwas te stimuleren. Dit om te voorkomen dat er, bij het verder aantrekken van de vrijetijdseconomie, geen personeel meer te vinden is. Vandaar dat ook het onderwijs bij de toeristische ontwikkeling van Lelystad betrokken moet worden.

Toeristische ondernemers investeren over het algemeen veel in human capital (gastvrijheid, dienstverlening etc.). De afgelopen jaren is er veel gebruik gemaakt van de denkkracht van studenten in Lelystad. De samenwerking met bijvoorbeeld Windesheim heeft mooie resultaten opgeleverd. Desalniettemin is de aansluiting tussen het onderwijs en het bedrijfsleven de afgelopen vijf jaar nog onvoldoende uit de verf gekomen. De komende periode gaan we kijken op welke wijze onderwijs en het

toeristische bedrijfsleven nauwer aan elkaar verbonden kunnen worden. En welke bijdrage wij als gemeente kunnen leveren aan goed geschoold en voldoende personeel. Daarbij gaan we specifiek aan de slag met:

Waar zetten we op in?

- Het verbeteren van de gastvrijheid door samen te werken met het onderwijs
- Beter aanhaken op het hospitality vraagstuk in de regio
- Meer gebruik maken van de innovatieve denkkracht van scholieren

Het verbeteren van de gastvrijheid door samen te werken met het onderwijs

Het personeel van een attractie, horeca of toeristische voorziening is een belangrijke factor in de gastvrijheid van een bestemming. Door kennis te delen tussen onderwijsinstellingen, o.a. MBO College Flevoland en de gebiedspartners kan deze positieve beleving versterkt worden.

Beter aanhaken op het hospitality vraagstuk in de regio

Binnen de Metropoolregio Amsterdam is het human capital vraagstuk zeer actueel. Er zijn meerdere ontwikkelingen gaande, waaronder House of Hospitality. Dit is een initiatief waarbij onderwijs en arbeidsmarkt worden samengebracht met als doel een betere aansluiting tussen vraag en aanbod te realiseren. MBO College Flevoland is partner in het regionale programma van House of Hospitality. We gaan kijken hoe we daar beter op kunnen aansluiten.

Meer gebruik maken van de innovatieve denkkracht van studenten

De inzet van scholieren en studenten voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie in Lelystad gebeurt momenteel te weinig. Dat is zonde, omdat zij vaak een andere kijk hebben op de sector en trends en ontwikkelingen. Door workshops te organiseren tussen onze gebiedspartners, docenten en scholieren of deel te nemen aan bestaande studieprogramma's kunnen we deze groepen aan elkaar verbinden, kennis uitwisselen en innovatie stimuleren.

5 Acties per speerpunt

We hebben per speerpunt concrete acties uitgewerkt waar we de komende vier jaar aan gaan werken. De acties zijn in afstemming met de sector bedacht en geprioriteerd. Een deel van de acties komt voor uit het bestaande UVP VE en een deel is nieuw.

De gemeentelijke investeringen moeten het vliegwiel op gang houden en versnellen. De komende jaren blijft investeren nodig om de kans van slagen te vergroten en de continuïteit te waarborgen.

Dit actieplan bevat per speerpunt concrete maatregelen om de gewenste doelen te behalen. De komende periode gaan we deze acties samen met partners uitwerken in concrete projecten.

We hebben ervoor gekozen om een plan op te stellen voor 2022, waarbij we een doorkijk geven naar 2026. Door de grote dynamiek in de vrijetijdssector hebben we alleen 2022 al concreet uitgewerkt en niet de daaropvolgende jaren. Het monitoren en bijstellen van het programma kan ons mogelijk doen besluiten om andere keuzes te maken.

Financiën

Per jaar hebben we 250.000 euro beschikbaar voor de uitvoering van de acties. We leveren elk jaar een plan op met de acties die we dat jaar gaan oppakken, inclusief bijbehorend budget. Per actie bepalen we KPI's die we de komende jaren monitoren.

5.1 Bekendheid

Actielijnen:

- Ontwikkeling van een toeristische marketingvisie en -strategie
- Gezamenlijk marketing en promotie bedrijven
- Het promoten van de toeristische gebieden binnen het verhaal van Lelystad
- Het inzetten van inwoners en ondernemers van Lelystad als ambassadeurs voor de stad
- Het verzamelen van data ten behoeve van gerichte marketing

Acties	Toelichting	Planning
Verkenning destinatie marketing organisatie (DMO)	Verkennen hoe we de promotie en marketing kunnen organiseren en of een DMO daar een rol in kan spelen en zo ja op welke manier.	2022
Ontwikkeling toeristische marketingvisie en -strategie	Visie en strategie voor gezamenlijke marketing ontwikkelen met o.a. aandacht voor gastheerschap, campagnes en promotie van onze voorzieningen en routeproducten.	2023
Toeristisch magazine ontwikkelen	Toeristische gids met informatie over wat er allemaal te doen is in Lelystad ontwikkelen. Opgebouwd uit advertenties en redactionele stukken.	2022

Evenementen benutten om propositie te versterken	We gaan verkennen hoe we evenementen kunnen inzetten om onze propositie te versterken. Het primaat ligt daarvoor bij de afdeling marketing en communicatie. Denk bijvoorbeeld aan; de Benelux tour en de Floriade.	Doorlopend
Promotiepakketten aanbieden voor ondernemers	De inhoud van het promotiepakket kan bijvoorbeeld zijn: ▪ Bruin bord ▪ Advertentie in het toeristisch magazine (zie bovenstaand) ▪ (Huis)stijlelementen ▪ Foto- en videomateriaal ▪ Teksten over Lelystad ▪ Deelname aan de vrijdagmiddagborrel	>2023
Het verzamelen van data ten behoeve van gerichte marketing	▪ Bepalen welke promotionele activiteiten moeten worden gemeten ▪ Bepalen of we doorgaan met de inzet van monitoringsinstrumenten (Zicht op data, Visitor Data) in 2022 en zo ja welke	Doorlopend
Intensivering campagnes	▪ Opnieuw aanhaken bij campagnes vanuit NBTC, VisitFlevoland en Amsterdam & Partners ▪ Laatjeverrassen-campagne voortzetten en uitbreiden	Doorlopend
Het inzetten van inwoners en ondernemers van Lelystad als ambassadeurs voor de stad	▪ Bijvoorbeeld Gastheer van het Landschap of Gastheer van de Stad programma inzetten in Lelystad ▪ Themabijeenkomsten organiseren met ondernemers en inwoners om elkaar en het bedrijfsleven te leren kennen	>2023

5.2 Beleving

Actielijnen:

- Versterken belevingsprofielen van de gebieden in relatie tot het verhaal van Lelystad
- Gebruik openbare ruimte om verhaal van Lelystad en haar gebieden zichtbaar te maken

Acties	Toelichting	Planning
Gebruik openbare ruimte om verhaal van Lelystad en haar gebieden zichtbaar te maken	▪ Verhaal van Lelystad overal zichtbaar maken in het straatbeeld door voorzieningen, objecten en gebouwen van informatie te voorzien of aan elkaar te koppelen middels routes (online en offline) ▪ Belevingselementen toevoegen aan bestaande initiatieven ▪ Initiëren projecten, zoals doorkijkpanelen, vergane schepen, street art en beeldbepalende panden	Doorlopend
Versterken belevingsprofielen van de gebieden in relatie tot het verhaal van Lelystad	▪ Updaten bestaande programmeringsplannen per gebied (met ondernemers) ▪ Borgen van de uitvoering van de programmeringsplannen ▪ Uitwerken belevingsprogramma / positioneringsstrategie voor de Marker Wadden en het Zuigerplasbos (met partners)	2023-2024

5.3 Bereikbaarheid

Actielijnen:

- Verbeteren bewegwijzering
- Versterken wandelrecreatie
- Verbeteren (digitale) informatievoorziening
- Gastheerschap 2.0
- Stimuleren van gebruik: Lelystad is goed bereikbaar via het spoor, het water, de weg en de lucht

Acties	Toelichting	Planning
Toeristische bewegwijzering optimaliseren	▪ Objectbewijzering verbeteren en saneren oude bebording ▪ Bruine borden voor alle ondernemers beschikbaar stellen (in afstemming met collega's van mobiliteit) ▪ Poorten en parels met kleuren en/of symbolen herkenbaar maken op (fiets)bewegwijzering.	2022
Versterken wandelrecreatie	Twee jaar geleden heeft een provinciale verkenning plaatsgevonden naar een Flevoland dekkend wandelnetwerk. We gaan de bestaande verkenning herijken en verdiepen specifiek voor de situatie in Lelystad en kijken welke mogelijkheden er zijn (o.a. qua systemen) en wat er nodig is om ons wandelproduct te optimaliseren. Bij groen licht gaan we op (middel)lange termijn over tot realisatie.	2022 (verkenning in gang zetten) >2023 realisatie
Netwerken koppelen aan bedrijfsleven en toeristische gebieden beter verbinden	We gaan: ▪ De bestaande netwerken beter verbinden met het toeristisch bedrijfsleven (bv. horeca, monumenten en dagrecreatie) door lussen toe te voegen en middels goede informatievoorziening. ▪ Bezienswaardigheden langs de routes beter zichtbaar maken ▪ De toeristische gebieden onderling beter aan elkaar verbinden door routes, goede bewegwijzering en informatie.	2023
Stimuleren routerecreatie	Uitvoeren plan van aanpak 2022 stimuleren routerecreatie. Opstellen meerjarenplan door DMO (zie speerpunt 1).	2022
Opening toeristische overstappunten	Opening van twee toeristische overstappunten bij Natuurpark Lelystad en op de Groene Velden bij Onze Kas.	2022
Verbeteren digitale informatievoorziening	▪ Online kanalen beter benutten in afstemming met gebiedsmarketingorganisatie (zie speerpunt 1) ▪ Digitale 'op pad routes' ontwikkelen; dat zijn suggesties voor een dagdeel, dagje of weekendje Lelystad. Wat kun je dan allemaal doen? Welke voorzieningen kun je goed met elkaar combineren en welke mooie routes passen daarbij. Toegespitst op verschillende doelgroepen ▪ Doorontwikkeling VisitLelystad.nl	2023

Gastheerschap 2.0	We gaan ondernemers beter faciliteren, zodat ze goed kunnen fungeren als gastheren en -vrouwen van Lelystad. In 2022 nemen we alle baliemedewerkers mee op reis. Daarnaast vragen we onze promotionele organisatie om, als onderdeel van de marketingstrategie, een strategie te ontwikkelen om de toeristische informatievoorziening opnieuw in te richten, bijvoorbeeld door fysieke inspiratiepunten of gastvrijheidspunten te realiseren.	2023
Verkenning HUB's	Verkenning naar locaties (centrale plekken, zoals het station, de haven of bij de TOP's) van waaruit het bezoek aan Lelystad begint met duurzame vormen van vervoer (zogenaamde HUB's, voorbeelden: knooppunt Zwolle, Zaancorridor en HOV Groningen - Drenthe).	>2024

5.4 Beschikbaarheid

Actielijnen:

- Ruimte voor verblijfsrecreatie initiatieven
- Innovatie stimuleren
- Kwalitatieve groei dagrecreatie aanbod
- Continueren rol accountmanagement
- Lelystad als duurzame bestemming

Acties	Toelichting	Planning
Continueren rol accountmanagement	De accountmanager fungeert als linking pin tussen overheid en ondernemers en kan een bijdrage leveren aan het bevorderen van kwaliteitsverbetering, samenwerking en innovatie.	Doorlopend
Onderzoek vitaliteit en kwaliteit van het aanbod en ontwikkelmogelijkheden	▪ Doel: o.a. inzicht krijgen in hoe de sector ervoor staat, waar ondernemers tegenaan lopen en kansrijke ontwikkelmogelijkheden ▪ Vitaliteitsonderzoek dag- en verblijfsrecreatie i.c.m. onderzoek naar de marktruimte om inzicht te krijgen in het marktpotentieel (waar is nog ruimte voor welke voorzieningen). We maken hierbij een combinatie met de belevingsplannen/programmeringsplannen ▪ Het resultaat moet o.a. een 'vlekkenkaart' zijn met daarop de verschillende gebieden en waar ruimte is voor nieuwe toeristisch- recreatieve ontwikkelingen	2022 eerste aanzet
Verkenning Lelystad duurzame bestemming	We gaan verkennen waar we op in gaan zetten als het gaat om het ontwikkelen van Lelystad als duurzame bestemming. We combineren dit met het stimuleren van kwaliteitsverbetering en verdere professionalisering van het aanbod; hoe kan dat op een duurzame manier worden gedaan.	2023 verkenning, uitvoering vanaf 2024
Focus op kwalitatieve toename voorzieningen (verblijfs- en dagrecreatie)	Open houding en faciliteren nieuwe toeristische voorzieningen (passend bij profiel gebied, profiel potentiële gast en aanvullend op het bestaande aanbod in Lelystad).	Doorlopend

Acquisitiecampagne voortzetten gericht op Bataviakwartier en Poort Oostvaardersplassen Lelystad	Betrokkenheid bij de ontwikkeling van Bataviakwartier en Poort Oostvaardersplassen Lelystad.	Doorlopend
Sturen op innovatie en kwaliteitsverbetering	▪ Kennis delen over verschillende onderwerpen, bijvoorbeeld innovatie, circulair ondernemen, doelgroep benadering, buitenlandse gast aantrekken en andere onderwerpen middels kennissessies, nieuwsbrieven en via de accountmanager en/of DMO (destinatie marketing organisatie, zie speerpunt 1) ▪ Ruimte creëren voor bijzondere concepten en de mogelijkheden binnen bestaande gebiedsontwikkelingsprocessen verkennen	Vanaf 2023 door DMO als het gaat om marketing specifieke kennissessies.

5.5 Organisatie en samenwerkingsverbanden

Actielijnen:

- Samenwerking op het gebied van marketing en productontwikkeling stimuleren
- Collectieve financierings- en investeringsmodellen
- Het voortzetten van of aanhaken op regionale samenwerking
- Efficiënte en effectieve communicatie

Acties	Toelichting	Planning
Communicatiestrategie ontwikkelen	We gaan een communicatiestrategie ontwikkelen gericht op toeristische ondernemers, organisaties én inwoners van Lelystad (bezoekers worden via de marketingorganisatie benaderd, zie speerpunt 1) over de lopende projecten, bijvoorbeeld de doorkijkpanelen. Om de sector en onze inwoners te betrekken en informeren over de uitvoering van dit programma. Ideeën: ▪ Efficiënte en effectieve communicatie organiseren middels uitingen, zoals persberichten, een nieuwsbrief of factsheets ▪ Het oprichten van een 'klankbordgroep' of samenwerkingsverband met en tussen ondernemers waar we regelmatig mee spiegelen en sparren ▪ Ontmoeting / samenwerking tussen ondernemers faciliteren d.m.v. netwerkbijeenkomsten, een toeristische café, kennissessies, vrijdagmiddagborrels en 'gluren in de keuken bij..' achtige sessies	2022, uitvoering in de navolgende jaren
Regionale samenwerking continueren	Samenwerken in de regio op het gebied van toerisme en recreatie levert interessante ontwikkelmogelijkheden en effectievere marketing en promotie op. De MRA (Metropoolregio Amsterdam), provincie Flevoland, Visit Flevoland, het NBTC en partijen als Amsterdam Cruise Port (ACP) zijn belangrijke partners voor ons.	Doorlopend

	We gaan de bestaande samenwerkingen continueren en dragen bij aan de uitvoering van de gebiedsgerichte aanpak MRA en de programmalijnen perspectief bestemming Flevoland 2030. Waar mogelijk en gewenst betrekken we ondernemers.	
Collectieve financierings- en investeringsmodellen	Onderzoeken of we op projectbasis andere financiële middelen aan kunnen boren om gezamenlijke productontwikkeling of promotie te financieren, al dan niet i.c.m. de promotionele organisatie.	>2023

5.6 Onderwijs en arbeidsmarkt

Actielijnen:

- Het verbeteren van de gastvrijheid door samen te werken met het onderwijs
- Beter aanhaken op het hospitality vraagstuk in de regio
- Meer gebruik maken van de innovatieve denkkracht van scholieren

Acties	Resultaten	Planning
Intensiveren samenwerking onderwijs	▪ Aanhaken bij bestaande initiatieven, zoals House of Hospitality ▪ Verkennen mogelijkheden hybride leeromgeving ▪ Samenwerking met onderwijsinstellingen intensiveren	2022
Inzet op innovatieve denkkracht van scholieren en studenten	▪ Actievere inzet stagiaires stimuleren; eventueel een bemiddelingsfunctie inrichten i.s.m. het bedrijfsleven (bijvoorbeeld bij maatschappelijke stages) ▪ Scholieren en studenten betrekken bij gemeentelijk beleid ▪ Bij projecten de onderwijsinstellingen ook betrekken (bijv. via ideeënboxen)	>2023

Bijlage 1: Toelichting model bestemmingsontwikkeling

In het model op pagina 14 zijn de verschillende fasen van ontwikkeling van een toeristische bestemming te zien. Hierbij wordt enerzijds gekeken naar de ontwikkeling van de bestemming en toeristische druk die dat met zich meebrengt. En anderzijds naar de leefbaarheid voor inwoners en de mate waarin toerisme bijdraagt aan de brede welvaart.

Toeristische bestemmingen kunnen zich ontwikkelen langs de volgende curve en fasen:

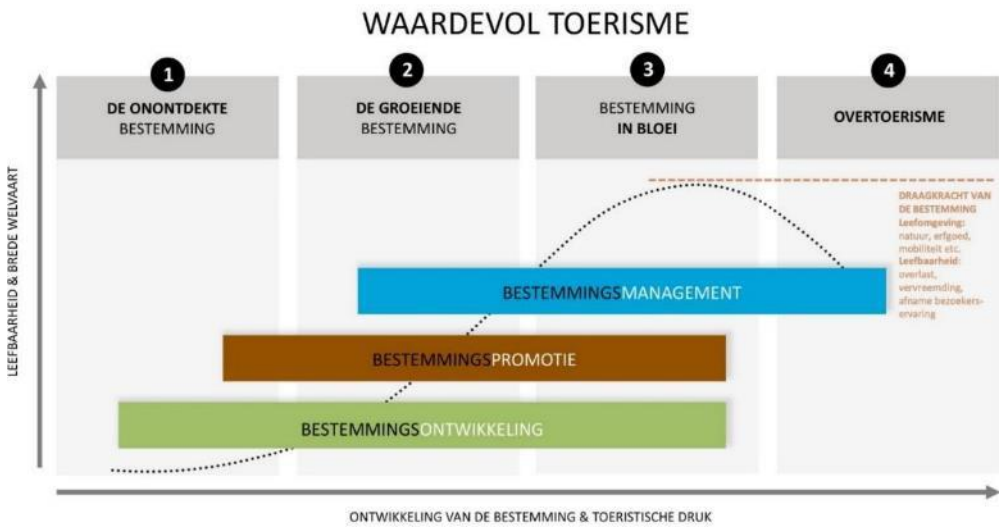
- De onontdekte bestemming
- De groeiende bestemming
- Bestemming in bloei
- Overtoerisme

De verschillende fasen waarin een toeristische bestemming zich bevindt vragen om een aanpak die hierbij past. Zo is bij de eerste fase een belangrijke rol weggelegd voor productontwikkeling en promotie. Het managen van de bestemming (bijvoorbeeld het reguleren van bezoekersstromen) start in de tweede fase en krijgt een belangrijkere rol in de derde fase waarin de bestemming tot bloei is gekomen.

Tussen fase drie en vier zit een belangrijk kantelpunt. Wanneer de toeristische druk hier harder groeit dan de draagkracht van de bestemming kan er sprake zijn van overtoerisme en kan de bestemming in fase vier terecht komen. In deze fase draagt toerisme niet meer optimaal bij aan de brede welvaart en leefbaarheid voor inwoners.

Draagkracht betekent het vermogen van een toeristische bestemming om bezoekers te ontvangen zonder afbreuk te doen aan de fysieke, economische of sociaal-culturele aspecten van de leefomgeving en zonder onacceptabele achteruitgang in de kwaliteit van de beleving van bezoekers.

In de optimale situatie vindt ontwikkeling van de toeristische bestemming in balans plaats met de draagkracht van de leefomgeving. Op deze manier kan toerisme en recreatie bijdragen aan een prettige leefomgeving voor inwoners en kan het bijdragen aan de brede welvaart.



Bijlage 2: Uitgangspunten en kaders

Document	Uitgangspunten	Doelen	Samenhang
Raadsprogramma Lelystad een sprong voorwaarts 2018-2022	Toekomstperspectief waarin Lelystad kansen optimaal gaat benutten met als doel een welvarend Lelystad voor iedereen.	Meer mensen die een bezoek brengen aan de gemeente, langer zullen verblijven en meer besteden. Vergroten van het aanbod (o.a. evenementen, samenwerking, kustontwikkeling en acquisitie).	Lelystad Airport, riviercruises, leisure-ontwikkeling en de ontwikkeling van Marker Wadden en Nationaal Park Nieuw Land dragen bij aan het behalen van de doelstelling
Koersdocument Lelystad 2040	In het Koersdocument staan de fysieke, sociale en economische opgaven, kansen en plannen om Lelystad naar een 'next level' te brengen. Het Koersdocument is een handvat voor het uitwerken van visiedocumenten, programma's en projecten. Vrijetijdseconomie helpt bij het versterken van de identiteit en het onderscheidend vermogen.	De drie thema's om deze ambitie te bereiken zijn: 1. Versterken van de urbanisatie. 2. Versterken van de maatschappelijke kracht. 3. Gedeeld eigenaarschap.	Complementariteit tussen gebieden zoals Bataviakwartier, Stadshart en gebied Lelystad Airport worden bewaakt door kernpositioneringen per gebied. Ontwikkeling van Poort Lelystad Oostvaardersplassen is zeer relevant om toeristische ambities waar te kunnen maken. Regiopromotie voor bezoekers, bewoners en bedrijven te integreren of te koppelen.
Duurzaamheidsagenda	Lelystad werkt in versneld tempo aan een duurzame stad. Om Lelystad ook voor toekomstige generaties leefbaar te houden zijn er samen met de stad plannen gemaakt voor duurzaamheid.	De belangrijkste speerpunten zijn: ▪ Energie: meer energiebesparing en meer duurzame energie. ▪ Afval en Circulaire economie: meer scheiden, minder restafval en van afval naar grondstof. ▪ Voedsel: meer consumptie van gezonde lokale producten en minder voedsel weggooien. ▪ Mobiliteit: minder en schonere mobiliteit. ▪ Fysieke leefomgeving: duurzame gebiedsontwikkeling, milieuvriendelijk beheer in een groene, biodiverse stad.	Mogelijke verduurzaming van de sector en het gebruik van materialen in bepaalde projecten. Groene stad.
Lelystad Next Level	Missie: Lelystad, hoofdstad van de nieuwe natuur, is in 2040 een zelfstandige, sociaal veerkrachtige, duurzame, aantrekkelijke en economisch sterke stad met 100.000 inwoners. Vrijetijdseconomie is een kansrijke sector die bijdraagt aan het vergroten van de economische stabiliteit.	Dit betekent dat we de volgende beweging willen zien (in ER-termen): ▪ grotere/betere veiligheid in de stad/ versterking van de ▪ maatschappelijke kracht; ▪ meer woningen;	Vergroten aantrekkelijk Bijdrage werkgelegenheid

	Onze centrale ambitie is vertaald in onderstaande kernpunten voor succes: ▪ Lelystad staat in 2040 op plek 20 of hoger in het ▪ overzicht van meest aantrekkelijke gemeenten om ▪ te wonen in de Atlas van Gemeenten (aantrekkelijk); ▪ Lelystad staat in 2040 sociaaleconomisch op het ▪ gemiddelde van de G40 (sociaal economisch sterk); ▪ Lelystad staat bekend als dé hoofdstad van de ▪ nieuwe natuur; ▪ Lelystad is in 2040 financieel onafhankelijk (ICL bijdrage); ▪ is afgebouwd en aanvullende inkomsten/ ▪ investeringsgelden zijn opgebouwd).	▪ aantrekkelijker voorzieningen (horeca, sport, cultuur, ▪ onderwijs en zorg); ▪ meer bereikbare banen (in Lelystad of door betere ▪ bereikbaarheid); ▪ meer bereikbare nieuwe natuur; ▪ grotere bekendheid van de nieuwe natuur.	
Kustvisie	De drie thema's: ▪ De kust als onderscheidende eenheid (over het versterken van de bijzondere ruimtelijke kwaliteiten en de diversiteit van deelgebieden). ▪ De kust als vitaal en duurzaam gebied (over flexibiliteit, levendigheid en energie, efficiënte samenwerking en investering). ▪ De kust als verbindend element (over het verbeteren van verbindingen en relaties tussen deelgebieden, van de kust met het achterland en met de regio).	Vijf onderscheiden gebieden: ▪ De Noordflank meer gericht op bedrijvigheid met overslaghaven en energieopwekking. Hier wordt ook een doortrekking van de N307 voorzien; ▪ De Baai als een gevarieerd gebied met afwisseling van (recreatief) wonen en recreëren; ▪ De Stedelijke kust met Bataviakwartier als hoofd waterpoort en Leisure gebied, een boulevardzone met stedelijk wonen en het cultuurhistorisch Werkeiland; ▪ De zuidflank met het Oostvaardersplassengebied met een moerasgebied en vooroevers/ondieptes waar extensieve dagrecreatie mogelijk is; ▪ • De nieuwe kust met Marker Wadden inclusief een watersportstrand en schiereiland bij Bataviakwartier	De kust van Lelystad is een vitaal, gevarieerd en bijzonder gebied, waarin bewoners, bezoekers en initiatiefnemers graag wonen, recreëren en ondernemen, zowel op het water als op het land. De beleving van de ruimtelijke kwaliteiten en de natuur, samen met vrijetijdsbesteding, staan voorop. De kust ter hoogte van de stedelijke kern vormt de brug tussen twee internationaal bekende natuurgebieden die als het ware om de hoek liggen, de Marker Wadden en de Oostvaardersplassen
Nationaal Park Nieuw Land	In 2019 heeft provinciale staten de ontwikkelvisie Nationaal Park Nieuw Land vastgesteld. De komende jaren werken de betrokken organisaties en overheden aan de realisatie daarvan. Het Nationaal Park Nieuw Land bestaat uit de Marker Wadden, Markermeer, Oostvaardersplassen en Lepelaarsplassen.	Het versterken van de natuur en beter beleefbaar maken voor bezoekers. Daarmee draagt het bij aan zowel ecologie als de toeristische ontwikkeling van Lelystad.	Deze ontwikkelingsvisie geeft een gezamenlijk beeld van de richting waar de acht gebiedspartners naartoe willen: een internationaal uniek natuurgebied dat uitnodigt tot avontuur en op verschillende manieren kan worden beleefd.

Perspectief bestemming Flevoland 2030	Het perspectief Bestemming Flevoland 2030 is een regionale doorvertaling van de landelijke visie op toerisme in 2030. Het perspectief brengt focus aan binnen het bestaande toeristische beleid van de provincie Flevoland.	De toeristische beleving van Flevoland – Nieuw Land op de zeebodem wordt door de thema's Watererfgoed, Nieuwe Natuur, Agro & Food, Vernieuwend Ontwerp, MRA en IJsselmeerdistrict verder ontwikkeld en gepromoot. Door toerisme in te zetten als middel bij diverse maatschappelijke vraagstukken, is de ambitie dat iedere Flevolander in 2030 profijt heeft van toerisme.	Lelystad ziet vooral kansen in het aansluiten op Nieuwe Natuur, Watererfgoed, MRA district en IJsselmeerdistrict omdat deze het beste passen bij de (toeristische) identiteit van de stad, Hoofdstad van de Nieuwe Natuur.
Strategische Agenda Toerisme in de MRA	Samenwerking van de MRA overheden met een gebiedsgerichte aanpak. Daarnaast zijn er een viertal projecten die meerjarig doorlopen: Amsterdam Bezoeken, Holland Zien (ABHZ), regionale accommodatiestrategie, Cycleseeing Amsterdam en regionale evenementenstrategie. In 2021 wordt de agenda herijkt.	Betere spreiding van bezoekers in de MRA.	Aanpak waarbij de MRA inzet en budget beschikbaar stelt om een themagebied zoals Nieuw Land verder te helpen in de toeristische ontwikkeling.
Mobiliteitsvisie 2020-2030	Lelystad is goed bereikbaar via het spoor, het water, de weg en de lucht. Een mobiliteitssysteem dat zodanig is ingericht dat de verplaatsingen worden gefaciliteerd passend bij de doelstellingen die Lelystad heeft op het gebied van veiligheid, bereikbaarheid, leefbaarheid en duurzaamheid en de visie op de ontwikkeling van de stad.	Veiligste fietsstad van Nederland, beschikt over een compleet, veilig en comfortabel loopnetwerk, druk bezochte locaties zijn met OV en via 'snelle' fietsroutes bereikbaar. Lelystad beschikt over een 'passend' stelsel van stadshoofdwegen. Lelystad beschikt over een veilig wegennetwerk. De huidige parkeernormering in woonwijken vooralsnog te handhaven alsmede de facilitering van een P+R functie bij het station. De knooppunten in de stad faciliteren 'comfortabel overstappen' naar duurzamere vormen van vervoer. De knooppunten bij recreatieve bestemmingen met een landelijke betekenis, voorzien in duurzaam vervolgvervoer. De druk op het mobiliteitssysteem wordt goed opgevangen. Snelle en directe openbaar vervoerverbindingen met Amsterdam Centraal en met Groningen. Een aantrekkelijk netwerk van openbaar vervoer. Alle OV – haltes (incl. stations) in Lelystad voldoen aan de toegankelijkheidseisen voor mensen met een beperking cf. de wetgeving op grond van het VN-verdrag Handicap.	In de mobiliteitsagenda zijn de te bereiken subdoelen vervolgens uitgewerkt in concrete projecten en activiteiten voorzien van een globale planning over de periode van 10 jaar. De uitvoering van deze agenda zal worden afgestemd met andere uitvoeringsagenda's zoals bijvoorbeeld van Lelystad Next Level.
Nieuwe bestemmingen in netwerk	Oostvaardersoevers Ontwikkelen Waterfront	▪ Gebieden worden meer beleefbaar gemaakt voor recreanten: Kop van de Knardijk wordt ontwikkeld tot een recreatieve parel, Westvaarders wordt ontwikkeld tot een recreatief knooppunt, Jacobsslenk krijgt een vogeluitkijkpunt en nieuwe wandelpaden.	Uitwerking van de Kustvisie Lelystad 2030 en Ontwikkelvisie Nationaal Park Nieuwland.

		Gemeente Lelystad wil de waterfront ontwikkelen tot een multifunctioneel gebied waar wonen, werken en recreëren samenkomen.	
Projectplan Poort Oostvaardersplassen Lelystad	Poort Oostvaardersplassen Lelystad is een van de vijf toegangspoorten tot Nationaal Park Nieuwland. De volgende onderdelen zijn uitgevoerd in het UPV: ▪ Het aanleggen en verbreden van recreatieve routes in het Hollandse Hout ▪ De ontwikkelen van een recreatief transferium Poort Lelystad ▪ Het voorbereiden van de realisatie van het Poort gebouw(en)/ontvangstgebied ▪ Landschappelijke en ecologische verbetering in de Hollandse Hout en daarmee een verbetering van de aantrekkelijkheid van het gebied Het opstellen en uitvoeren van een marketing en communicatieplan	▪ goede voorzieningen voor de bezoekers te realiseren en ruimte voor private initiatieven te faciliteren; ▪ het versterken van het landschap en de recreatieve inrichting; ▪ het verbeteren van de bereikbaarheid en het aanleggen van parkeervoorzieningen; ▪ het organiseren van een programmering van activiteiten, gastheerschap en marketing.	De basis voor het projectplan is het convenant en het Uitvoeringsprogramma Poort Lelystad 2019-2023.
Omgevingsvisie Lelystad	De Omgevingsvisie Lelystad geeft richting aan de toekomstige ontwikkeling van de stad. Een integrale visie op de fysieke, ruimtelijke, sociale en economische ontwikkelingen van de stad. In deze visie gaat het om het beschermen van onze kernwaarden, het realiseren van de maatschappelijke opgaven van onze stad en om de ontwikkeling van onze optimale rol als gemeente. Zodoende kunnen de inwoners van Lelystad gezond, veilig en duurzaam in de stad leven.	▪ energie: energietransitie door de stad aardgasvrij en energiezuinig te maken; ▪ economie: transitie naar een meer circulaire economie; ▪ natuur en landschap: ecologische kwaliteit verbeteren; ▪ klimaatadaptatie: openbare ruimte klimaatrobuust maken; ▪ bodem: omgaan met bodemdaling; ▪ mobiliteit en bereikbaarheid: verduurzamen mobiliteit, overlast doorgaand ▪ vrachtverkeer tegengaan; ▪ cultureel erfgoed: beschermen en behouden jonge monumenten van Lelystad; ▪ landbouw: toekomstbestendig maken.	Omgevingsvisie is al in lijn gebracht met provinciale, landelijk en regionale visies.
Startnota beleidsvisie cultuur 2022-2025	In 2021 wordt er een nieuwe beleidsvisie cultuur opgesteld voor 2022-2025. Door corona is deze met een jaar vertraagd. Vierjaarlijks worden de doelstellingen en maatregelen voor het gemeentelijk cultuurbeleid tegen het licht gehouden om te beoordelen of het gemeentelijk cultuurbeleid nog aansluit bij de ontwikkeling die de stad doormaakt.	▪	De Beleidsvisie Kunst, Cultuur en Erfgoed in Lelystad 2022 – 2025 vormt als uitvoeringsnota het definitieve beleidsdocument voor het gemeentelijk cultuurbeleid voor de betreffende periode.

Bijlage 3: Het verhaal van Lelystad

Verhaal van Lelystad

Op 29 juni 1957 viel de Flevopolder droog als onderdeel van de Zuiderzeewerken van het plan-Lely. Pas 10 jaar later op 28 september 1967 kwamen de eerste inwoners naar Lelystad. Het werd daarmee een van de jongste woonplaatsen van Nederland. In 1980 werd Lelystad een gemeente. Inmiddels heeft Lelystad ruim bijna 80.000 inwoners (2021) en de ambitie om door te groeien. In oppervlakte is Lelystad een van de grootste gemeente van Nederland met een oppervlakte van 754,39 km^2, waarvan slechts 234,13 km^2 land is en de rest water. Het water is dus een belangrijk aspect van deze stad, gelegen aan het IJsselmeer en het Markermeer. Lelystad ligt 4,8 meter onder de zeespiegel.

Uniek aan Lelystad is het nieuwe land met haar nieuwe natuur, de ruimte en de moderne pioniersgeest van de bevolking die dit *man-made* nieuwe land gerealiseerd heeft. Het zit in het DNA van de stad. Inwoners en bedrijven zijn ooit allemaal als pioniers naar Lelystad gekomen. Door deze inwonersstroom is er een behoorlijk smeltkroes van culturen ontstaan. Gezamenlijk hebben zij Lelystad ontwikkeld tot wat het nu is; een stad met aantrekkelijke toeristische kwaliteiten, zoals Bataviakwartier, het Zuigerplasbos, de Oostvaardersplassen, Natuurpark Lelystad en gebied Lelystad Airport. De pioniersgeest van Lelystad leeft nog steeds, want de stad biedt nog altijd ruimte voor nieuwe ontwikkelingen op het gebied van land, water en natuur. De Oostvaardersplassen, maar ook de Marker Wadden, een nieuw waddengebied voor de kust, zijn bij uitstek ontwikkelkansen die vanuit deze pionierskracht worden vormgegeven.

Hoofdstad van de Nieuwe Natuur

Lelystad profileert zich als Hoofdstad van de Nieuwe Natuur en dat doen wij niet voor niets. Natuur is in Lelystad nooit ver weg, de stadsparken dringen ver door de stad in en zorgen voor natuur om de hoek voor iedereen. Zo woon je langs de kust zelfs aan de rand van het Nationaal Park Nieuwland, met de Oostvaardersplassen, het Markermeer en de veerboot naar de Marker Wadden.

Met haar unieke ligging langs de kust en het Nationaal Park Nieuw Land biedt Lelystad volop recreatiemogelijkheden voor de regio en een gezonde leefomgeving voor (potentiële) inwoners en bezoekers. Lelystad biedt met haar ligging op een knooppunt van spoor-, water-, weg- en luchtverkeer alle kansen voor een aantrekkelijke woonstad en regionale netwerkstad. De opening van Lelystad Airport geeft een immense impuls aan de economie van de (deel)regio. Ook de Flevokust biedt een enorme bijdrage aan de werkgelegenheid, als logistieke hub met de multimodaal goederenvervoer over water, land en spoor en op termijn bij het realiseren van de aantakking van de Lelylijn. Binnen het economisch profiel van Lelystad (logistiek, secundaire agrofood, toerisme, maakindustrie) is volop ruimte voor bedrijven die elders in de MRA of de Randstad te weinig ruimte hebben om door te ontwikkelen. Hiermee levert Lelystad voor de MRA een waardevolle bijdrage aan de werkgelegenheid en de economisch groei van onze regio.

Lelystad biedt natuur(beleving) en rust om te wonen en te recreëren en ruimte om te ondernemen. Maar we hebben ook geleerd dat ruimte, natuur of rust alleen niet voldoende is voor een gezonde stedelijke ontwikkeling. Het wordt een echte kwaliteit als er ook actieve en bijzondere elementen aan worden toegevoegd. Dat brengt Lelystad naar een Next Level.

In 2040 is Lelystad de onbetwiste hoofdstad van de nieuwe natuur, zijn de eilanden in het Markermeer gerealiseerd – van Marker Wadden tot Lepelaarsplassen – en is er een schitterend schiereiland aangelegd in het Markermeer aan de westkant van de stad en in gebruik voor recreatie en natuur. De investeringen in het schiereiland zijn investeringen voor iedereen: voor mensen die dichtbij een dagje naar het strand willen, voor mensen die houden van een terrasje in de zon en voor mensen die graag in alle rust door de natuur struinen. Voor bewoners en voor bezoekers.

Bron: Lelystad Next Level

Bijlage 4: Positionering toeristische gebieden

Toeristische toegangspoorten

		DOELGROEP	MERKWAARDEN	KERNKWALITEIT	KERNPROPOSITIE
BATAVIAKWARTIER		Stijlzoeker Harmoniezoekers En op termijn plezierzoeker	Alles-in-één Gezellig Ontspanning Premium Maritiem Edutainment	Whole day experience Batavia Stad Fashion Outlet Batavialand Erfgoedpark Moderne haven Ligging aan het water	Batavia Kwartier biedt een premium totaalbeleving voor jong en oud met een stijlvolle shopbeleving, uniek cultureel aanbod, gezellige horeca, een moderne haven en goede voorzieningen. In Batavia Kwartier geniet u van een compleet dagje uit in een ontspannen omgeving aan het water.
NATUURPARK		Inzichtzoeker Rustzoeker Verbindingszoeker	Recreatief Toegankelijk Vriendelijk Rustgevend Educatief	Wilde dieren in natuurlijke omgeving Gevarieerde wandel- en fietspaden Natuur van Flevoland in het klein Hoog voorzieningenniveau Natuurgerichte activiteiten	Natuurpark Lelystad biedt met haar wilde dieren in een natuurlijke leefomgeving, goed begaanbare paden en natuurgerichte activiteiten een educatieve natuurbeleving, aantrekkelijk voor jong en oud op zoek naar rust, plezier of meer verdieping.
POORT LELYSTAD OOSTVAARDERSPLASSEN		Rustzoeker Avontuurzoeker	Robuust Avontuurlijk Verrassend Overweldigend Tastbaar Pionieren	Ontstaansgeschiedenis van Flevoland: het New Land verhaal Toeristisch aanbod (Werf, Bataviastad, Aviodrome) Geleidelijke overgang van stad naar natuur: Oostvaardersplassen beleving Fysieke ruimte (voor recreatief programma en natuurbeleving) Verrassingselement (weidsheid, uitzicht Knardijk)	Poort Lelystad is het avontuurlijke startpunt van de Oostvaardersplassen waar je verrast wordt door de overweldigende natuur en waar je je kunt onderdompelen in de ontstaansgeschiedenis van Flevoland. Hier ontdek je de wildernis.

LELYSTAD AIRPORT		Inzichtzoeker Avontuurzoeker	Stoer Natuurlijk Fun Gastvrij *op termijn* Leerzaam *op termijn* Innovatief *op termijn*	Airport/luchthavenbeleving/landingsbaan Agrarische sector (food) Automotive en luchthaven-gerelateerde leisure Ruimte/ beschikbare vierkante meters Centrale ligging, vlakbij snelweg	Gebied Lelystad Airport is centraal gelegen rondom Lelystad Airport. Hier beleef je de techniek van de toekomst. Maak kennis met de nieuwste innovaties op het gebied van luchtvaart, logistiek, voedselproductie en duurzaamheid. Laat je uitdagen en verleg je grenzen!
STADSHART		Harmoniezoeker Verbindingszoeker En op termijn plezierzoeker	Gewoon Vertrouwd Praktisch / gemakkelijk Ontmoeten Gastvrij *op termijn* Gezellig *op termijn* Dorps *op termijn*	Centrale ligging Goede bereikbaarheid (OV, auto, fiets) Culturele instellingen (Agora, De Kubus, bibliotheek, Corneel)	Stadshart is het makkelijk bereikbare, centraal gelegen centrum van Lelystad. In dit gastvrije gebied kom je elkaar tegen, spreek je samen af en vind je een vertrouwd aanbod van horeca, winkels, culturele en openbare voorzieningen. Kortom, het Stadshart is dé plek om elkaar te ontmoeten!

BATAVIA KWARTIER

Batavia Kwartier beschikt over premium vrijetijdsaanbod dat goed georganiseerd is en waarvan u kunt genieten tijdens een compleet dagje uit. Batavia Kwartier is omgeven door water waarlangs een boulevard loopt. Vanaf de boulevard kijkt u uit over het water terwijl de indrukwekkende vrachtschepen en zeilboten vanuit de sluis voorbij varen. Al flanerend over deze boulevard is een bezoek aan de winkels, musea, horeca en haven uitstekend met elkaar te combineren op één dag. In Batavia Kwartier zorgen we ervoor dat jong en oud zich een hele dag vermaakt. Net als het aanbod zijn ook de voorzieningen van hoge kwaliteit. De goede bereikbaarheid, de ruime parkeerfaciliteiten en duidelijke informatievoorziening dragen bij aan een ontspannen dagje uit.

In het hart van het gebied ligt Batavia Stad Fashion Outlet. Dit charmante centrum met sfeervolle straatjes, pleinen en unieke architectuur is een shopping walhalla voor echte fashion lovers van over de hele wereld. Hier bieden 150 winkels van (inter)nationale modemerken stijlvolle collecties met hoge kortingen aan. Naast de outlet ligt het indrukwekkende VOC-schip Batavia: een reconstructie van het Batavia schip uit 1628. Dit schip is te bezichtigen tijdens een bezoek aan Batavialand Erfgoedpark. Batavialand Erfgoedpark biedt zowel voor de kleine als grote bezoekers van het Batavia Kwartier een ontdekkingsreis door onze nationale geschiedenis. Een geschiedenis die gevormd is door het leven op de grens van land en water. Ontdek hoe het nationale DNA is gevormd en waarom Nederland - en Flevoland in het bijzonder - al eeuwenlang toonaangevend is op het gebied van watermanagement en handel. Daarnaast toont Batavialand Erfgoedpark een unieke Rijksmaritieme collectie.

Via de boulevard wordt u uitgenodigd voor een hapje of een drankje in een van de gezellige horecagelegenheden in en rondom de outlet, het erfgoedpark of de Bataviahaven, waar u tevens kunt aanmeren met uw boot. De haven combineert haar luxe faciliteiten voor de watersporters met gezelligheid: naast de vele horeca is de haven de thuisbasis van premium (watersport)events met internationale allure. Daarnaast kunt u vanaf Bataviahaven op een riviercruiseschip stappen om Europa te ontdekken, de mooiste charterschepen bekijken of het water opgaan en de Markerwadden beleven.

Kortom: In Batavia Kwartier geniet u van een compleet dagje uit door haar premium vrijetijdsaanbod, voorzieningen en horeca in een ontspannen omgeving aan het water. Batavia Kwartier: de zekerheid van een geslaagd dagje uit! *(Bron: Positioneringsstrategie Batavia Kwartier Bureau Buhrs juni 2016)*

NATUURPARK LELYSTAD

Natuurpark Lelystad biedt jong en oud een educatieve natuurbeleving door de combinatie van wilde dieren in een natuurlijke leefomgeving en natuurgerichte activiteiten. De goed begaanbare paden, het hoge voorzieningenniveau en restaurant Hajé dragen bij aan het vriendelijke karakter van het gevarieerde park.

Sta tijdens uw bezoek oog in oog met wilde dieren als zwijnen, Przewalskipaarden en wisenten. Zoek de otters op of probeer zelfs een eland te spotten: Natuurpark Lelystad is de enige plek in Nederland waar dit mogelijk is! Informatieborden leren u meer over de dieren. Omdat de wilde dieren in Natuurpark Lelystad een groot leefgebied hebben, moet u misschien nog eens terugkomen om ze allemaal te kunnen zien.

Naast de entree van het Natuurpark Lelystad vindt u het bezoekerscentrum. Hier informeren gastvrouwen en gastheren u met persoonlijke aandacht over het park en de diverse activiteiten die worden georganiseerd. U kunt bij het bezoekerscentrum tevens fietsen en rolstoelen huren. Het natuurgebied biedt ook voldoende recreatiemogelijkheden voor (jonge) kinderen. Bezoek de speeltuin en klim in de beestentorens. Of volg één van de speurtochten of rugzakroutes om met aanwijzingen op pad te gaan door de natuur. Ook kunt u vooraf een excursie boeken. Leer bijvoorbeeld met een gids het dierenrijk kennen in een elektrische boot of excursiewagen.

Ook als u op zoek bent naar rust is Natuurpark Lelystad een uitstekende locatie. De kilometers lange en goed onderhouden fiets- en wandelpaden in het natuurpark nodigen u uit om te genieten van de natuur en de dieren. De paden lopen door een uitgestrekt en gevarieerd natuurlandschap met een grote diversiteit aan flora en fauna; Natuurpark Lelystad staat symbool voor de Flevolandse natuur in het klein. Maar verdwalen in het park is onmogelijk. De borden wijzen u naar de verschillende natuurgebieden en voorzieningen. In het park zijn verschillende picknickbankjes en uitzichtpunten om uit te rusten. Ook vanuit het restaurant Hajé Natuurpark kunt u zorgeloos genieten van het prachtige uitzicht over het water en omliggende natuur. Hajé Natuurpark ligt naast het bezoekerscentrum en combineert een huislijke sfeer met verse koffie, gebak of een lekkere, gezonde lunch.

Natuurpark Lelystad is in de jaren zeventig als wandelpark aangelegd om de inwoners van Lelystad meer natuur te bieden op de vroegere zeebodem van de nieuwste provincie. Tegelijkertijd zag Artis in Natuurpark Lelystad een ideaal buitenverblijf voor de grote hoefdieren. Nu, bijna vijftig jaar later, biedt Natuurpark Lelystad nog steeds een fijne natuurbeleving door de natuur, de wilde dieren, de fiets- en wandelpaden en de vele voorzieningen. Niet alleen voor Lelystedelingen, maar ook voor bezoekers uit

de rest van Nederland. Het park is goed bereikbaar met de auto en heeft ruime parkeergelegenheid. Of u rust, plezier of verdieping zoekt: als u eenmaal in Natuurpark Lelystad bent geweest, wilt u blijven terugkomen. *(Bron: Positioneringsstrategie Natuurpark Lelystad Bureau Buhrs december 2017)*

POORT OOSTVAARDERSPLASSEN LELYSTAD

Poort Oostvaardersplassen Lelystad is een van de poorten tot het Nationaal Park Nieuw Land en is het avontuurlijke startpunt van de Oostvaardersplassen waar je verrast wordt door de overweldigende natuur en waar je je kunt onderdompelen in de ontstaansgeschiedenis van Flevoland. Hier ontdek je de wildernis. Dit gebied omvat het bosgebied de Hollandse Hout vanaf het Bovenwater tot aan de Lage Vaart. De kernwoorden die het gebied beschrijven zijn: Robuust, Avontuurlijk, Verrassend, Overweldigend, Tastbaar, Pionieren. Bij elke poort is de Nationaal Park Nieuw Land beleving voelbaar en door hun eigen identiteit vullen ze elkaar goed aan om de bezoekersstromen op te vangen. Elke poort kent immers haar eigen karakteristieken. Bij Poort Oostvaardersplassen Lelystad is sprake van een clustering van toeristisch recreatieve voorzieningen ten behoeve van verblijf en recreatie binnen de thema's zien en ontdekken, genieten en bijkomen (slapen in de natuur en proeven in de natuur). De plek geeft ruimte voor vernieuwende concepten die passen bij de positionering en de gekozen doelgroep, de avontuurzoeker. Dit zorgt ervoor dat de natuur op een unieke manier beleefd kan worden.

(Bron: ontwikkelvisie Poort Lelystad, *oktober* 2016, *Bureau Buhrs, Feddes/Olthof, Gemeente Lelystad)*

LELYSTAD AIRPORT

Gebied Lelystad Airport is centraal gelegen rondom Lelystad Airport. Hier beleef je een spannend dagje uit. Het gebied staat in het teken van beleving van de techniek van luchtvaart en automotive, met als grote trekpleisters het Luchtvaart Museum Aviodrome en het Kartcentrum Lelystad.

Bij Aviodrome ervaar je de Nederlandse luchtvaart van toen en nu. Er zijn meer dan 100 unieke oude en nieuwe vliegtoestellen van dichtbij te bekijken. Ga eropuit op het buitenterrein en beleef uren speelplezier! Het Kartcentrum is een uitdagende en technische outdoor kartbaan. Hier kun je lekker racen met wel 120 km per uur. Een belevenis voor zowel gezinnen, vriendengroepen als bedrijven.

Op het land en in de restaurants in het Gebied Lelystad Airport kun je de producten proeven van de Lelystadse Boer die al decennia in het gebied boeren. Zij zorgen ook voor het groenonderhoud op en rond de luchthaven.

Het gebied wordt verder ontwikkeld met natuurlijk de nieuwe luchthaven en het hoogwaardige bedrijventerrein Lelystad Airport Businesspark. Er is voldoende ruimte voor vermaak. Techniek en innovatie staan centraal. Maak kennis met de nieuwste innovaties op het gebied van luchtvaart, logistiek, voedselproductie en duurzaamheid.

Het gebied ligt centraal gelegen rondom Lelystad Airport en nabij de uitvalswegen A6, A28 en N302, enkele kilometers buiten de bebouwde kom van Lelystad. Gebied Lelystad Airport is uitstekend bereikbaar per auto. Laat je uitdagen en verleg je grenzen! *(Bron: Brandsheet Gebied Lelystad Airport Bureau Buhrs september 2019)*

STADSHART LELYSTAD

Stadshart is het makkelijk bereikbare, centraal gelegen centrum van Lelystad. Door het vertrouwde aanbod van winkels, cafés, restaurants en culturele instellingen biedt het Stadshart ‘gewoon’ gemoedelijk winkelen en samen ontspannen. Een fijne, gastvrije plek om af te spreken voor een kopje koffie, een borrel met vrienden of een gezellige middag met het hele gezin. Het is ook de plek voor een avondje uit: een hapje eten, een (cabaret)voorstelling, film, of partijtje snooker.

De ligging midden in de stad, naast het trein- en busstation maakt het een makkelijk bereikbare bestemming. Een groene plek waar Lelystedelingen en andere bezoekers graag komen. Een natuurlijke afspreekplek om elkaar te ontmoeten. Ook zijn er regelmatig evenementen zoals 'Lelystad geeft licht', LelySTART en de Kerstmarkt. Genoeg leuks te doen dus, bij mooi en minder mooi weer!

De aanwezige (grand)cafés bieden een ontspannen sfeer met volop aandacht voor de gast. Er is een ruim aanbod van gezellige restaurants waar smaakvolle gerechten worden aangeboden. In het Stadshart klopt bovendien het culturele hart van de stad met poppodium Corneel, de bibliotheek, kunstcentrum de Kubus en theater Agora. Met de ontwikkeling van het Theaterkwartier en het vernieuwde Agorahof krijgt Lelystad er een nieuw uitgaansgebied en evenemententerrein bij.

Kortom, het Stadshart is dé plek om elkaar te ontmoeten!

(Bron: Aanzet programmeringsplan Stadshart Lelystad Bureau Buhrs december 2019)

SCHIEREILAND

Dit is een eilandengroep aan de Lelystad-kant van de dijk Enkhuizen-Lelystad, dicht bij de kust van Lelystad. Omdat deze eilandengroep een schiereiland vormt, is deze gemakkelijk toegankelijk voor publiek en geschikt voor natuurgerichte vormen van recreatie. De eilanden krijgen primair een natuurbestemming. Uiteraard is er in enige mate ruimte voor natuurbeleving. Dat vraagt om voorzieningen en een programma dat hierbij past.

Toeristische Parels

De Marker Wadden, het Zuigerplasbos en het Werkeiland zijn van betekenis, omdat deze gebieden goed aansluiten bij de versterking van onze positionering: ‘nieuwe natuur, pioniersgeest en ruimte’.

MARKER WADDEN

De kaart van Nederland is veranderd door de realisatie van het project de Marker Wadden. Het is een nieuw natuurgebied gelegen in het Markermeer. Dit gebied is gericht op natuurbeleving met kleinschalige voorzieningen. Het project Marker Wadden is een initiatief van Natuurmonumenten en kan uiteindelijk 10.000 hectares groot worden. Het is één van de grootse natuurherstelprojecten van West Europa. Vanuit Batavia Haven is er een directe verbinding met een veerdienst, waardoor ook individuele bezoekers naar het nieuwe natuurgebied kunnen om er bijvoorbeeld te wandelen en bijzondere vogels te spotten. Op de Marker Wadden zijn kleinschalige voorzieningen te vinden, zoals een strandpaviljoen, een winkeltje en een bezoekerscentrum. Vanwege het unieke karakter zijn er een aantal exclusieve kleinschalige overnachtingsmogelijkheden gerealiseerd, zowel voor bezoekers als voor wetenschappelijke doeleinden.

ZUIGERPLASBOS

Het Zuigerplasbos is een stedelijk uitloopgebied en heeft daarmee een belangrijke rol voor de lokale recreanten. Het gebied krijgt een profiel dat gericht is op actieve natuurbeleving. Kleinschalige initiatieven hebben het gebied versterkt zoals het mountainbiken, het Belevenissenbos en kleinschalige horeca. Diverse routestructuren maken het gebruik door verschillende doelgroepen mogelijk. Kernwoorden zijn: actieve recreatie, kleinschalig, natuurbeleving.

WERKEILAND

Op de grens van land en water is het Werkeiland in Lelystad dé plek waar u de eerste sporen van landwinning uit de voormalige Zuiderzee kan herbeleven. Op 31 oktober 1949 is de eerste paal, genaamd perceel P, in het IJsselmeer geslagen om aan te geven waar het Werkeiland moest komen. Sindsdien is door veel polderarbeiders hard gewerkt aan het revolutionaire en innovatieve project van ir. Lely, om land uit het IJsselmeer te winnen.

De sporen van het voormalige leven op het eiland van de vroegere pioniers zijn nog goed zichtbaar. De voormalige stenen barakken zijn gerenoveerd tot woningen en worden nu met trots bewoond door de huidige bewoners. En het huidige Hotel Pension de Lange Jammer werd in de jaren ’50 gebruikt als keuken voor de arbeiders. Het gemaal Wortman en de Wortmansluis met een hoogteverschil van 6 meter vormen samen het technologische erfgoed van de droogmalingen. Ook ligt het Nieuw Land Erfgoedmuseum om de hoek, waar u nog meer verhalen rondom de historische inpoldering van de nieuwste provincie kunt ontdekken. Waar Nederland internationaal furore maakt met haar drooglegging in Dubai tot Saudi-Arabië, is de oorsprong daarvan te vinden op het Werkeiland, ruim 60 jaar geleden!

Op het Werkeiland omarmen we het water ook: bij de jachthaven kunt u genieten van het water door verschillende watersportmogelijkheden, het weidse uitzicht over water en de mooiste zonsondergang van Nederland, terwijl u geniet in een van de horecagelegenheden.

KOP VAN DE KNARDIJK

Kop van de Knardijk is een nieuwe waterinlaat tussen het Markermeer en de Oostvaarderplassen. Vanuit het Markermeer wordt water in het hoger gelegen Oostelijk moeras van de Oostvaardersplassen ingelaten, waarna het naar de diepere delen van het natuurgebied kan stromen. De Kop van de Knardijk kan zich ontwikkelen als een recreatieve parel; een recreatieve plek voor een lokale/regionale doelgroep.

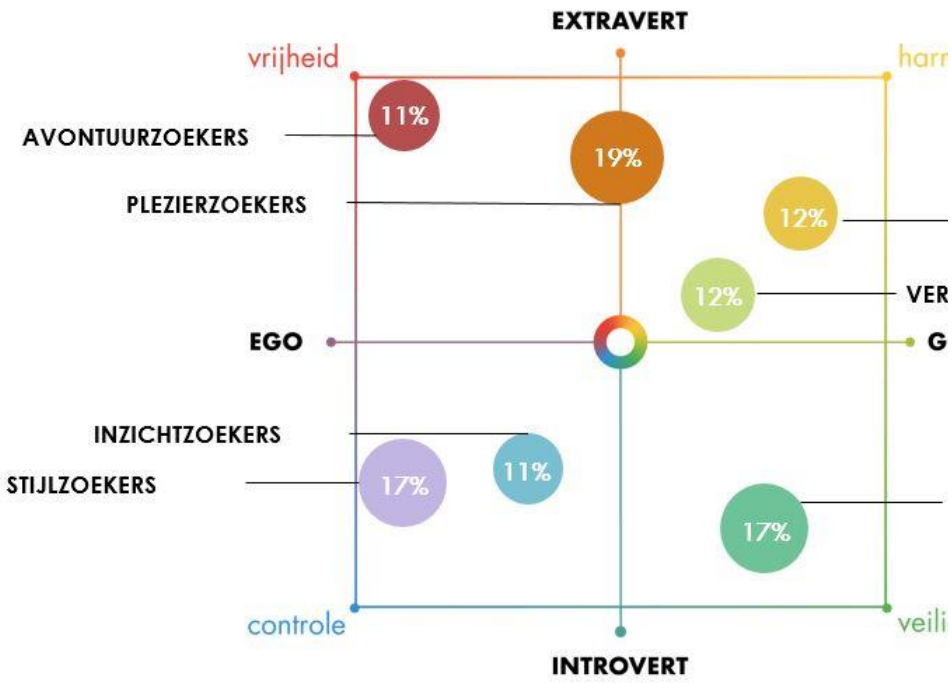
Kop Knardijk neemt een bijzondere positie in Nationaal Park Nieuw Land en op de toekomstige belevingsroute. Het is een bijzonder punt, een punt waar iets extra's te beleven valt. Dat kan een bijzonder object zijn die weidsheid en uitzicht accentueert en/of een object dat de ingrepen voor de natuur zichtbaar en beleefbaar maakt. Ook aan de Oostvaardersplassenkant is beleving gewenst

Kop Knardijk is geen poort, maar een parel in de 'krans' toeristische bestemmingen en plekken in Lelystad, waaronder bijv. poort Lelystad, Werkeiland en Bataviakwartier. Niet alles is in een dag te beleven. Door de bijzondere omgeving van Kop Knardijk biedt dit kansen voor het realiseren van (kleinschalige) bijzondere overnachtingsmogelijkheden passend bij de omgeving.

Man made land (incl. Watererfgoed), nieuwe natuur en (mens en natuur in de MRA) zijn de rode draden door alle relevante verhaallijnen waarbij de Kop van de Knardijk van toegevoegde waarde kan zijn. Mits goed vormgegeven kan het zelfs het punt zijn waar alles samen valt. Land en water, natuur en cultuurhistorie.
Kijkend naar de doelgroepen vanuit NP NL, Poort Lelystad en Perspectief bestemming Flevoland dan staat de Avontuurzoeker centraal. Dat betekent dat het programma aan moet sluiten op de wensen en behoeften van deze leisure leefstijl

Bijlage 5 Leefstijlprofielen

Figuur 1 Model Leefstijlvinder, SAMR 2018



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met buren en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met buren en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuineren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!