

Agenda en actieplan vrijetijdseconomie Assen 2022-2027

December 2021

Gemeente Assen

Voorwoord

Assen is een fantastische stad, in misschien wel de mooiste provincie! Het kloppende hart van de gelukkigste regio van Nederland. Met een brede vrijetijdsector, en sterke, creatieve en ambitieuze ondernemers hebben we heel veel te bieden aan onze inwoners en aan toeristen.

Voor u ligt een agenda en actieplan voor de vrijetijdseconomie in Assen. We zijn trots dat deze agenda tot stand is gekomen in een intensieve samenwerking tussen de gemeente, ondernemers, inwoners en organisaties. Het traject is gestart in een periode waarin we werden geconfronteerd met de coronapandemie, die grote invloed heeft op de vrijetijdssector. Mede daardoor is het niet altijd een geplaveide route geweest. Maar door elkaar te blijven aanspreken op het gezamenlijk doel ligt er nu een gezamenlijk, actueel en breed gedragen stuk.

Met deze agenda en dit actieplan zorgen we er samen met de sector voor dat we inspelen op nieuwe trends, dat we kansen benutten en dat we de komende vijf jaar ook alles eruit halen wat erin zit. Het belang en de reikwijdte van dit document zijn heel groot. Want toerisme en recreatie dragen bij aan de welvaart, het welzijn en de leefbaarheid van onze stad.

Wij kijken terug op een succesvol traject. En we hebben juist daardoor ook veel vertrouwen in de toekomst. Voor ons is deze agenda de start van een mooie en vruchtbare samenwerking, waarin we samen de gestelde doelen gaan uitwerken. Een mooie basis om de komende periode samen mee aan de slag te gaan!

Wethouder Bob Bergsma
Wethouder Mirjam Pauwels





Samenvatting

De sector verder ontwikkelen met een gedragen agenda en actieplan

De vrijetijdseconomie in Assen is één van de krachtsectoren van onze gemeente. Het heeft een belangrijke economische betekenis en zorgt voor werkgelegenheid. Daarnaast draagt de sector bij aan een prettig woon-, werk- en studeerklimaat. In de Economische Agenda 2020-2025 staat niet alleen het belang van de vrijetijdssector benadrukt, maar wordt ook benoemd dat samen met de sector een actieplan wordt uitgewerkt. Afgelopen maanden hebben we als gemeente en sector samen uitvoering gegeven aan dit actiepunt. Voorliggende agenda en actieplan is het resultaat van een intensief en gezamenlijk traject.

Betekenis van de vrijetijdseconomie

Assen heeft inwoners en bezoekers veel te bieden. De combinatie van stedelijke voorzieningen in een groene omgeving maakt Assen aantrekkelijk. Daarnaast hebben we als gemeente een rijke cultuurhistorie en sterke ondernemers. Dit verdient aandacht en hier mogen we trots op zijn.

De vrijetijdseconomie van gemeente Assen kenmerkt zich door verschillende deelsectoren. Het dagrecreatieve aanbod in de gemeente Assen is zeer divers. In Assen kun je uitgebreid wandelen en fietsen, maar ook aanbieders zoals het Drents Museum, DNK, de Drentsche Golf & Country Club en Podium Zuidhaege maken de sector voor inwoners en bezoekers aantrekkelijk. Daarnaast vervult de binnenstad een belangrijke locatie voor recreatief-winkelen en een bezoek aan de horeca. Tot slot worden er jaarlijks vele evenementen georganiseerd in Assen (o.a. Preuvenement, TT festival, en diverse evenementen op het TT circuit). In 2019 werden aan het dagrecreatieve aanbod ruim 4,4 miljoen bezoeken afgelegd, goed voor ruim €116 miljoen aan bestedingen.

De gemeente Assen kent voor een stedelijke gemeente een zeer divers verblijfsaanbod, met enkele (grootschalige) hotels (o.a. De Bonte Wever, hotel Van der Valk en City Hotel de Jonge) en vakantieparken (waarvan Camping Witterzomer de grootste is). De economische betekenis van de verblijfssector was in 2019 ruim €29,9 miljoen, waardoor de totale betekenis van de vrijetijdseconomie € 146.2 mln. bedraagt. Naast deze forse economische betekenis is de sector van grote sociaal-maatschappelijke waarde. Het biedt ruimte voor ontspanning, zorgt voor leefbaarheid en levendigheid en brengt mensen samen.

De belangrijkste opgaven voor de vrijetijdseconomie in Assen

De vrijetijdssector van Assen is in veel opzichten sterk en er liggen veel kansen. Tegelijkertijd zijn er aandachtspunten waaraan gewerkt moet worden en liggen bedreigingen op de loer. Op basis van de gesprekken die zijn gevoerd, trends en ontwikkelingen die zijn beschreven en de cijfermatige onderbouwing uit het Dashboard Impact Toerisme zijn een achttal opgaven geformuleerd: eenduidig profiel formuleren, bezoekduur vergroten, personeel aantrekken en behouden, centrum Assen levendig en aantrekkelijk houden, nieuwe en onderscheidende ondernemers een plek bieden, de juiste doelgroep trekken, landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten benutten en beleefbaar maken, en de samenwerking versterken.

Een forse ambitie

Komende jaren willen we de sector de prioriteit geven die het verdient. Voorop staat dat we als gemeente en sector een hoge ambitie hebben en actief de opgaven willen aanpakken: *We willen de vrijetijdseconomie in Assen versterken. Dit doen we door een heldere positionering uit te werken, goed samen te werken en door ons huidige aanbod extra onder de aandacht te brengen en waar nodig nieuw aanbod toe te voegen. Als hoofdstad van de oerprovincie ervaren bezoekers en inwoners ontspannen stedelijkheid in onze gemeente. Een levendige hoofdstad met charme gelegen in het groen. Door de goede bereikbaarheid is Assen een uitstekende basis voor een bezoek aan de regio. Assen laat je verrassen!*

Met deze ambitie streven we niet alleen naar economische groei, ook laten we meer mensen profiteren van toerisme en recreatie. Dat doen we door in te zetten op drie strategische lijnen. 1. Herkenbaar profiel en gezamenlijk vermarkten, 2. Actief samenwerken en 3. Aanbod op orde

Genoemde strategielijnen zijn voorzien van concrete acties, inclusief uitvoeringstermijn en trekker. Met het opstellen van voorliggende agenda en actieplan is een goede basis gelegd voor de uitvoering. We staan klaar om als gemeente en sector gezamenlijk stappen te zetten om de vrijetijdseconomie van Assen verder te versterken.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Inleiding 5
1.1. Aanleiding 6
1.2. Aanpak 6
1.3. Kaders 7

Hoofdstuk 2. De sector in beeld 10
2.1 Inleiding 11
2.2. Vogelvlucht vrijetijdseconomie 11
2.3. De sector in beeld – Dagrecreatie 13
2.4. De Sector in beeld – Verblijfsrecreatie 16
2.5. Betekenis vrijetijdseconomie - samenvatting 17
2.6. Doelgroepen 18

Hoofdstuk 3. Toekomst perspectief 20
3.1. Inleiding 21
3.2. Trends en ontwikkelingen 22
3.3. SWOT- analyse 24
3.4. De belangrijkste opgaven voor Assen 25

Hoofdstuk 4. Vrijetijdseconomie 2027 26
4.1. Inleiding 27
4.2. Uitgangspunten 27
4.3. Ons startpunt – Assen anno 2022 28
4.4. Ambitie 29
4.5. Drie strategielijnen om tot actie te komen 30

Hoofdstuk 5. Actieplan 31
5.1. inleiding 32
5.2. Strategielijn 1: Herkenbaar profiel en gezamenlijk vermarkten 33
5.3.Strategielijn 2: Actief samenwerken 34
5.4. Strategielijn 3: Aanbod op orde 35
5.5. Algemene actiepunten 36
5.6. Organisatie en financiën 37

Bijlagen 38
Bijlage 1: Achtergrond doelgroepen 39
Bijlage 2: Samenvatting uitkomsten inwonersenquête 42











01 Inleiding

1.1 Aanleiding

De vrijetijdseconomie in Assen is één van de krachtsectoren van onze gemeente. Het heeft een belangrijke economische betekenis en zorgt voor werkgelegenheid. Daarnaast draagt de sector bij aan een prettig woon-, werk- en studeerklimaat. De vrijetijdseconomie draagt bij aan een leefbare en levendige gemeente, zowel in de stad als in de regio. Assen is als hoofdstad van de oerprovincie Drenthe omringd met prachtige natuur. Tegelijkertijd hebben we in het centrum van Assen vele voorzieningen dichtbij. Inwoners en bezoekers kunnen in Assen recreëren en hun vrije tijd op een prettige manier invullen wat zorgt voor bestedingen en werkgelegenheid.

Investeren in de kracht

In de Economische Agenda 2020-2025 staat niet alleen het belang van de vrijetijdssector benadrukt, maar wordt ook benoemd dat samen met de sector een actieplan wordt uitgewerkt. Afgelopen maanden hebben we als gemeente en sector samen uitvoering gegeven aan dit actiepunt. Voorliggende agenda en actieplan is het resultaat van een intensief en gezamenlijk traject. We hebben niet enkel een actieplan opgesteld, maar zijn begonnen bij het begin; het in kaart brengen van de huidige situatie en het gezamenlijk formuleren van een ambitie. Dit hebben we vertaald in een concreet actieplan, inclusief plannen en rol- en taakverdeling.

Dit gezamenlijke traject legt een goede basis voor de uitvoering. We staan klaar om gezamenlijk stappen te zetten om de vrijetijdseconomie van Assen verder te versterken.

1.2 Aanpak

De agenda en het bijbehorende actieplan zijn in co-creatie met de vrijetijdspartners tot stand gekomen. Er is een klankbordgroep gevormd waarin het Toeristisch Recreatief Platform Assen, Koninklijke Horeca Nederland (KHN) en cultuurondernemers vertegenwoordigd zijn. Daarnaast is gebruik gemaakt van relevante documenten, bestaande en lopende visietrajecten en van de expertise van bureau ZKA Leisure Consultants. Het door ZKA uitgevoerde Dashboard Impact Toerisme vormt de cijfermatige basis voor de agenda.

Om te komen tot deze gedragen agenda en actieplan hebben de volgende sessies en overleggen plaatsgevonden:

- Gemeentelijke cross-over sessie met ambtenaren van andere beleidsterreinen;
- Gesprekken met wethouders Toerisme en Economie;
- Diverse overleggen met de klankbordgroep;
- Diverse interviews met ondernemers en externe partijen zoals Marketing Drenthe, Provincie Drenthe, Recreatieschap, etc.;
- Brede werksessie waarin betrokkenen uit het veld en raadsleden aangehaakt zijn;
- Aanvullend is een online inwonersenquête verspreid via social media.

1.3 Kaders

Deze vrijetijdsagenda staat niet op zichzelf. We sluiten aan bij regionale en landelijke perspectieven om samen de sector in Assen te versterken. De economische agenda 2020-2025 is het uitgangspunt voor het opstellen van de vrijetijdsagenda. Daarnaast is in deze agenda de verbinding gelegd met andere beleidsterreinen en wordt aangesloten bij bestaande visies en actieplannen. Voorliggende agenda is tot slot een bouwsteen voor de Omgevingsvisie.

Landelijke perspectieven

Het landelijke Perspectief 2030 van NBTC Holland Marketing uit 2018 markeert een wissel in het denken over toeristische ontwikkeling in Nederland. Hierbij is toerisme niet alleen een economisch domein dat bijdraagt aan meer werkgelegenheid ('groei benadering'), maar evengoed een breder domein om steun te bieden voor bredere maatschappelijke opgaven ('duurzame benadering en toerisme als middel'). Het landelijke perspectief heeft inmiddels tientallen overheden aangezet tot het ontwikkelen van nieuwe, duurzame plannen. Een belangrijk onderdeel hierbij is dat zowel ondernemers als bewoners vroegtijdig dienen te worden gehoord, dat er goed dient te worden ingespeeld op het DNA van het gebied en dat de koppelkansen met andere, specifieke opgaven worden door vertaald naar inspanningen van het toeristisch-recreatieve werkveld. Het uitgangspunt is om dit landelijke perspectief als richtinggevend kader aan te houden voor de specifieke opgaven van Assen.

De Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli) heeft begin september 2019 het advies 'Waardevol Toerisme' uitgebracht aan staatssecretaris Mona Keijzer van Economische Zaken en Klimaat. Hierin pleit het Rli voor meer aandacht voor de wederkerige relatie tussen toerisme en de leefomgeving. Voorkomen dient te worden dat de negatieve effecten van toerisme (zoals overlast, hoge parkeerdruk, filevorming etc.) de overhand krijgen en ten koste gaan van de kwaliteit van de bestemming. Het draagvlak voor toerisme voor bewoners is evengoed een belangrijke factor.

Het Rli pleit dat het belangrijk is om de huidige situatie goed inzichtelijk te hebben. Om hier gehoor aan te geven, hebben we voorafgaand aan het opstellen van voorliggende agenda door ZKA Leisure Consultants het Dashboard Impact Toerisme laten uitvoeren. Dit onderzoek geeft inzicht in de betekenis van de vrijetijdseconomie en de samenstelling van de sector. De pijlers economie, omgeving en samenleving worden gecombineerd in één framework en gaan in op de impact van recreatie en toerisme op deze pijlers.

Provinciaal perspectief

Aansluitend op het landelijke Perspectief 2030 van NBTC Holland Marketing, is het perspectief op bestemming Drenthe 2030 ontwikkeld. Deze nieuwe visie is gefaciliteerd door Provincie Drenthe, het Recreatieschap Drenthe en Marketing Drenthe. De uitvoering van deze visie ligt bij ons allemaal.

Ook wij doen mee aan de bestemming Drenthe van morgen. In het perspectief presenteert de vrijetijdssector een andere kijk op toerisme en

recreatie. Het perspectief is opgesteld vanuit de overtuiging dat toerisme en recreatie van grote waarde zijn voor bezoekers, bedrijven en bewoners. In het perspectief wordt aangehaald dat mensen in Drenthe gelukkig zijn. De regio Noord-Drenthe met Assen als belangrijkste kern, scoort al sinds 2017 hoog op de brede welvaartsindicator. Hierin wordt welvaart niet alleen gemeten aan de hand van economische groei, maar worden ook aspecten zoals gezondheid, werk, onderwijs en milieu meegenomen. De kwaliteit van leven is goed in Drenthe.

Perspectief bestemming Drenthe kent drie ambities met bijbehorende streefbeelden. In deze visie sluiten we aan bij en geven we een lokale vertaling van deze strategieën:

1. Trots en respect voor onze eigen cultuur en identiteit versterken en uitdragen
2. Natuurlijke waarden optimaal benutten en Drenthe profileren als de Oerprovincie
3. Aantrekkelijke bestemmingen creëren voor Drenten, young professionals en pionierende gezinnen

Lokaal perspectief

Naast dat er aansluiting wordt gezocht bij landelijke en regionale perspectieven, is voorliggende agenda in lijn met eerder vastgestelde visies zoals de binnenstadsvisie, cultuurnota etc (zie figuur 1 -volgende bladzijd- voor het totale overzicht). Gelijktijdig met het opstellen van voorliggende agenda wordt ook de horecavisie opgesteld en wordt stadsmarketing verder uitgewerkt. Met beide trajecten heeft afstemming plaatsgevonden. Ook in de uitvoering vindt afstemming plaats.

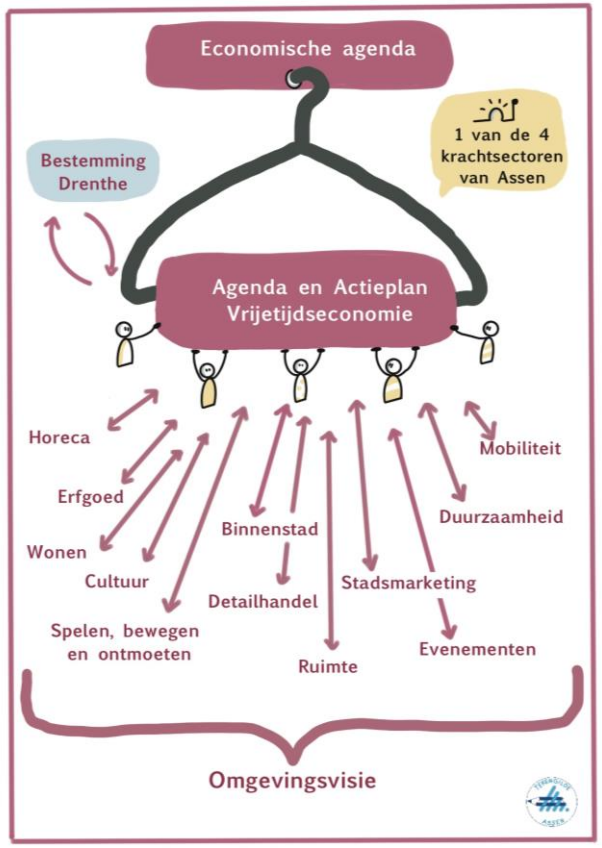
Economische agenda 2020-2025

Vanuit de economische agenda stellen we dat de gemeente Assen het kloppende hart is van de gelukkigste regio van Nederland. We willen investeren waar we al sterk in zijn en ontwikkelen waar we onderscheidend in kunnen worden. Dit doen we slim samen en met een passende rol. Zo werken we aan de economische ambities die eraan bijdragen dat je in Assen goed kunt wonen, werken en (be)leven. Vrijetijdseconomie levert daarin een belangrijke bijdrage.



Herstelagenda Assen na corona

De coronacrisis heeft een enorme impact op onze inwoners, ondernemers en maatschappelijke en culturele instellingen. We zitten ten tijde van het opstellen van voorliggende agenda in de fase dat we als gemeente met een duidelijk handelingskader proberen uit te lijnen wat we wanneer kunnen doen als het gaat om aanvullende steun vanuit de gemeente. Waar de herstelagenda zich richt op het herstellen van de sector na corona, gaat deze agenda (incl. actieplan) in op de lange termijn ontwikkeling van de sector.



Figuur 1. Agenda en actieplan VTE in relatie tot andere visies en beleidsdocumenten

Leeswijzer:

Deze agenda is als volgt opgebouwd:

- In het eerste hoofdstuk is een inleiding gegeven en zijn de kaders waarbinnen de agenda valt benoemd.
- Na het inleidende hoofdstuk, wordt in het tweede hoofdstuk de sector in beeld gebracht. Hierin wordt stil gestaan bij de diverse deelsectoren van Assen, de economische betekenis van de vrijetijdssector en welke doelgroepen hierbij horen.
- In het derde hoofdstuk wordt het toekomstperspectief geschetst. Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen en welke kansen en ontwikkelingen doen zich voor. Dit wordt samengevat in een SWOT-analyse waarin sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen staan benoemd. Het hoofdstuk eindigt met de belangrijkste opgaven voor de vrijetijdseconomie.
- In het vierde hoofdstuk worden bovengenoemde thema's vertaald naar een concrete ambitie voor de vrijetijdseconomie. Hierin worden de kaders geschetst waarbinnen de vrijetijdssector zich kansrijk kan gaan ontwikkelen.
- In het vijfde en tevens laatste hoofdstuk gaan we in op wat er nodig is om de vrijetijdssector te laten floreren en om de ambities te realiseren. In dit laatste hoofdstuk wordt tevens ingegaan op de organisatiestructuur en financiën.
- Een samenvatting van de uitkomsten van de inwonersenquête en aanvullende informatie over de leefstijlvinder zijn additioneel opgenomen als bijlage.

02

De sector in beeld



2.1 Inleiding

Vrije tijd geeft mensen de ruimte voor reflectie, ontspanning, samenzijn, verbeelding en mogelijkheden om nieuwe energie op te doen. Dat maakt dat de invulling van onze vrije tijd steeds belangrijker wordt.

In dit hoofdstuk wordt de vrijetijdssector van Assen in beeld gebracht. Dit wordt gedaan door verschillende aspecten te belichten. Allereerst wordt stil gestaan bij de hoogtepunten van Assen, waaronder het ontstaan van de stad. Daarna wordt er specifiek ingezoomd op de dag- en verblijfsrecreatie. Het recent opgestelde Dashboard Impact Toerisme vormt de cijfermatige basis van dit hoofdstuk. Verder wordt stilgestaan bij het aanbod en de samenstelling van de sector en de economische betekenis. Als laatste wordt ingegaan op de huidige doelgroepen van Assen.





2.2 Vogelvlucht vrijetijdseconomie

Assen heeft inwoners en bezoekers veel te bieden. De combinatie van stedelijke voorzieningen in een groene omgeving maakt Assen aantrekkelijk. Daarnaast hebben we als gemeente een rijke cultuurhistorie en sterke ondernemers. Een basis waar we trots op zijn en waar we veel mee kunnen.

Cultuurhistorie van Assen

Er stonden slechts enkele boerderijen in de plaats Assen toen zich hier in 1259 de nonnen van het klooster Maria in Campis vestigden. Op de plaats van het klooster staat nu het Drents Museum, in 1882 gebouwd als provinciehuis maar vandaag de dag een museum met (inter-)nationale trekkracht. In de zuidmuur van de Abdijkerk en de westelijke muur van het Drents Archief zijn nog originele muren te vinden uit de kloostertijd.

Na de opheffing is in 1602 het hoofdgebouw in gebruik genomen als vergaderplaats voor onder meer het College van Gedeputeerden. In 1809 werd Assen officieel een stad toen Koning Lodewijk Napoleon stadsrechten verleende in het Ontvangershuis aan de Bink. De plaats kende nog maar 150 huizen en minder dan 700 inwoners. Er was een plan opgezet om Assen tot een echte stad te maken. Nog geen jaar later moest Koning Lodewijk Napoleon aftreden en werden de plannen in de wacht gezet. In 1814 werd Assen de provinciehoofdstad en werd het een bestuurlijk centrum. Assen trok daarmee welgestelde inwoners en initiatieven die bijdroegen tot een groei aan voorzieningen. Zoals een krantendrukkerij, een treinstation en een rechtbank. In de loop der eeuwen is binnen de oude singels een stratenpatroon ontwikkeld met de Brink als middelpunt. Je loopt hier langs historische panden en monumentale bomen, hier zie je dat Assen vooral een stad uit de 19e eeuw is.

Unieke ligging

Assen wordt gekenmerkt door haar unieke ligging. De gemeente bestaat uit en wordt omringd door diverse hoogwaardige landschappen. Denk daarbij aan het Balloërveld (vol cultuurhistorie), het Witterveld en Fochteloërveen (geschikt voor natuurliefhebbers). Met het Nationaal Park Drentsche Aa beschikt Assen over een uniek stukje Nederland. Zelfs dichtbij de binnenstad van Assen zijn tal van natuurgebieden te vinden. Zo ligt landgoed Overcingel aan de rand van de binnenstad en is het rondom de Baggelhuizerplas goed vertoeven.

Asserbos

Het Asserbos verdient het om apart benoemd te worden in het rijtje van hoogtepunten. Het is het groene hart van de stad dat er eerder was dan de stad zelf. Want het Asserbos is oorspronkelijk een van de wouden waarmee grote delen van Drenthe bedekt waren. Bij de komst van het klooster, werd het hout uit het bos gebruikt als bron van inkomsten. Vandaag de dag wordt het Asserbos gebruikt voor ontspanning en recreatie, maar ook voor educatie. Zo vind je hier ook het Duurzaamheidscentrum, waar aandacht wordt gevraagd voor een duurzame samenleving.

Bereikbaarheid

Ook al is Assen omringd door groen, het is een zeer goed bereikbare stad door de directe ligging aan de A28 en de verbinding met de N33. Een groeiende stad gaat gepaard met meer woon- en werkverkeer. Daarom groeien het spoor, het aantal treinen en het station in Assen mee en is er voor reizigers de laatste jaren veel verbeterd. Ook is Assen via het water goed bereikbaar (Noord-Willemskanaal en blauwe As). Tot slot is Assen aangesloten op het fietsknooppuntennetwerk en is er een doorfietsroute die Assen rechtstreeks met Groningen verbindt.

Snelheid en vermaak op TT circuit Assen

Het TT Circuit Assen is een belangrijke en onderscheidende trekker binnen de gemeente. Op het TT Circuit Assen worden verschillende (meerdaagse) evenementen georganiseerd waaronder MotoGP, WK Superbike, British Superbike en Jack's Racing Day. Met alle verschillende evenementen samen is het TT circuit goed voor ruim 600.000 bezoekers per jaar en zet het Assen inter-nationaal op de kaart.

Groots in overnachten

Met De Bonte Wever heeft Assen het grootste hotel van Nederland binnen de gemeentegrens. Camping Witterzomer is daarnaast de grootste camping van Drenthe. Vele gasten worden jaarlijks verwelkomd door deze en andere aanbieders.

Compacte maar complete stad

Assen is een compacte stad met een divers en compleet voorzieningen aanbod. Het is hier goed wonen, werken, studeren en recreëren. Anders dan in de rest van Drenthe groeide de werkgelegenheid in de afgelopen vijf jaar. In de gemeente is een verbonden netwerk van dagelijkse voorzieningen aanwezig. Denk hierbij aan wijkwinkelcentra, onderwijsinstellingen en sport- en spelvoorzieningen. Vanwege de middelgrote schaal van Assen liggen alle voorzieningen binnen handbereik. Het centrum van Assen biedt een breed assortiment niet-dagelijkse detailhandel en biedt inwoners en bezoekers een plek om recreatief te winkelen. Dit voorzieningenaanbod is belangrijk voor de leefbaarheid van eigen inwoners. Op de volgende pagina's wordt nadrukkelijk ingegaan op het toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente Assen.

2.3 De sector in beeld - Dagrecreatie

Het dagrecreatieve aanbod in de gemeente Assen is divers en bestaat uit diverse deelsectoren. Onderstaande tabel geeft het aantal aanbieders per categorie weer: *Sportief & Outdoor* (o.a. Drentsche Golf & Country Club), *Cultuur en entertainment* (bijv. DNK, Podium Zuidhaege), *Evenementen* (TT-evenementen, Art of Wonder, etc.), *Musea en bezienswaardigheden* (o.a. Drents Museum en Duurzaamheidscentrum), *Niet-dagelijkse detailhandel* (centrum Assen) en *horeca. W*andelen, fietsen en waterrecreatie horen bij de categorie *routegebonden en buitenrecreatie*.

Het dagrecreatieve aanbod richt zich voornamelijk op het bedienen van eigen (regio)inwoners. Daarnaast zijn er een aantal grotere aanbieders in Assen die de schaal en aantrekkelijkheid hebben om bezoekers van verder weg aan te trekken. Uit het recent uitgevoerde Dashboard Impact Toerisme blijkt dat in 2019 ruim 4,4 miljoen bezoeken werden afgelegd aan het dagrecreatieve aanbod. Daarmee heeft de dagrecreatie vesector een economische betekenis van ruim €116 miljoen. Daarnaast wordt het aanbod ook nog eens zeer hoog gewaardeerd: de musea, attracties, groepsuitjes en culturele instellingen ontvangen vrijwel over de gehele linie een hoge waardering van de gast.

Wandelen en fietsen

Drenthe is de wandel- en fietsprovincie van Nederland. De mooiste plekken zijn met elkaar verbonden door het 2.100 kilometer lange fietsnetwerk. Op dit netwerk staan uitgestippelde routes, zoals de Historische fietsroute van Assen. Ook kan de omgeving ontdekt worden door gebruik te maken van het knooppuntennetwerk. Avonturiers kunnen hun energie kwijt op één van de MTB-routes of bij de PumpTrack in Assen Oost.

Naast fietsen kan er ook goed gewandeld worden in en om Assen. De stad is omringd door gebieden met prachtige natuur, waarbinnen het landschap steeds verandert. Hierdoor wandel je van beekdal naar bos en van heide naar weide. Ondanks dat de gemeente Assen nog niet is aangesloten op het wandelknooppunten netwerk, zijn er tal van mooie wandelroutes te vinden.

Aantal aanbieders dagrecreatie

	2019	2020
ATTRACTIES, SPORTIEF EN OUTDOOR	10	10
CULTUUR EN ENTERTAINMENT	2	2
EVENEMENTEN	3	3
MUSEA EN BEZIENSWAARDIGHEDEN	7	7
NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL	285	275
HORECA	133	146
TOTAAL	**440**	**443**

Aantal bezoeken dagrecreatie in het jaar 2019 en 2020

	2019	2020	AANDEEL IN BEZOEKEN IN HET JAAR 2019	ONTWIKKELING 2019-2020
ATTRACTIES, SPORTIEF EN OUTDOOR	459.000	191.800	10%	-58%
CULTUUR, ENTERTAINMENT, MUSEA EN BEZIENSWAARDIGHEDEN	888.500	427.800	19%	-52%
EVENEMENTEN	1.346.500	439.100	30%	-67%
RECREATIEF WINKELEN	600.000	318.000	13%	-47%
UITGAAN/HORECA	690.000	207.000	15%	-70%
ROUTEGEBONDEN EN BUITENRECREATIE	451.800	588.500	13%	+30%
TOTAAL	4.435.800	2.172.200	100%	-51%

Tabel 1 en 2 zijn afkomstig uit het Dashboard Impact Toerisme (ZKA, 2021). Meer achtergrondinformatie over de methodiek en resultaten is te vinden in het DIT-rapport.

Vaarrecreatie

In en rondom Assen is het goed vertoeven op het water. In 2017 is de Blauwe As-vaarroute geopend. Deze route is verbonden met het Kanaal en loopt door het centrum van Assen. Hier kan men aanmeren en een bezoek brengen aan de binnenstad. Overnachten kan bij één van de vier havens: Vaart, Industriehaven, Marsdijk en Kloosterveen. Er is sprake van vergrijzing in de watersportsector, wat de vraag onder druk zet. Watersport verandert steeds verder in waterrecreatie. Het varen in een boot (veelal een sloep), wordt gecombineerd met een tussenstop bij horeca. Dit vraagt om juiste faciliteiten aan de oevers, bijv. in de vorm van aanlegplaatsen.

Kunst en cultuur

Kunst en cultuur creëert waarden op verschillende terreinen. Zo heeft kunst o.a. een artistieke-, een persoonlijke- en maatschappelijke waarde, maar ook een economische waarde. Een stad met een rijk cultureel leven is een aantrekkelijk stad. Zo is overal in Assen beeldende kunst te vinden en kunnen toonaangevende exposities bezocht worden in het Drents Museum. Culturele ontmoetingsplekken als DNK en Podium Zuidhaege laten kunst tot leven komen in theatervoorstellingen, evenementen en meer.

Horeca

Assen heeft een breed horeca aanbod. Of je nu voor een snelle hap gaat of lekker wilt tafelen. De horeca in Assen bedient diverse doelgroepen. Dit heeft geleid tot €57,3 miljoen aan bestedingen in 2019. In de binnenstad zijn twee horecapleinen te vinden: de Brink en de Markt. De Brink is vooral gericht op overdag en de vroege avond. Rondom de Markt zijn meer op de avond georiënteerde horecagelegenheden gevestigd.

Evenementen

Assen is als relatief kleine stad uniek in het organiseren van grote (internationale) evenementen. In en om de binnenstad worden steeds terugkerende evenementen georganiseerd. Bijna elke week wordt er wel iets georganiseerd; van lezingen in het Drents Archief tot samen zingen met (pop)koren in de Gouverneurstuin. Evenementen zoals Open Darts en WK Dansen worden bij De Bonte Wever gehouden. Met het Preuvenement luidt Assen op muzikale wijze het culturele en culinaire seizoen in. Met 30.000 bezoekers in 2019 is het een echte succesformule. Voor de wat meer sportievere recreant wordt jaarlijks o.a. de Midnightwalk georganiseerd. Tijdens dit evenement worden wandelaars tijdens een 7 km lange wandeltocht dwars door de stad, verrast door verschillende optredens, acts en andere belevenissen.

In het rijtje van evenementen mogen het TT festival en het TT circuit niet ontbreken. Op het TT Circuit Assen worden verschillende (meerdaagse) evenementen georganiseerd. Met alle verschillende evenementen samen is het TT circuit goed voor ruim 600.000 bezoekers per jaar. Het TT Festival is een gratis toegankelijk meerdaags festival in de binnenstad van Assen. Dit maakt het een uniek festival. Er is geen apart festival terrein, maar de stad is het speelveld. De binnenstad wordt tijdens dit festival bezocht door ongeveer 200.000 bezoekers. Het TT festival is een mix van muziek en ronkende motoren. Alle evenementen samen zorgden in 2019 voor zo'n 1,35 miljoen bezoeken.

In- en outdoor activiteiten

Assen biedt een breed scala aan in- en outdoor activiteiten aan zowel de inwoners als de toerist. Er zijn tal van plekken en activiteiten die de moeite waard zijn. Zo kan er bijvoorbeeld gegolfd worden bij de Drentsche Golf & Country Club. Wanneer er meer avontuur wordt gezocht in de buitenlucht voorziet Outdoor Drenthe in verschillende unieke activiteiten in en rondom het natuurrecreatiegebied de Baggelhuizerplas. Voor spanning op hoogte biedt klimcentrum In- en Outdoor at Pinokkio de juiste uitdaging.

Er worden diverse indoor activiteiten aangeboden voor jong en oud. De Bonte Wever biedt eigen gasten, bezoekers en inwoners een divers aanbod. Naast verschillende uitgaansmogelijkheden hebben zij ook het enige subtropische zwemparadijs, inclusief sauna, in de gemeente. Daarnaast zijn er in Assen diverse plekken te vinden waar gebowld kan worden. Voor jonge kinderen kan er het erg leuk zijn om een bezoek te brengen aan Jumpstyle Assen of Ballorig.

Toeristisch recreatieve zone

Naast dat er in Assen al veel activiteiten te beleven zijn, wordt er nog ruimte geboden voor verdere ontwikkelingen. In Assen Zuid liggen er in het gebied rond het TT-circuit ontwikkelmogelijkheden. Met de ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve zone (TRZ) willen een aantal initiatiefnemers en de gemeente Assen andere publiekstrekkers aan het bestaande aanbod toevoegen. Met een aanbod gericht op vrijetijd met de focus op sport, snelheid, motoren, auto's en beleving willen de initiatiefnemers een aanbod creëren dat tegemoetkomt aan wensen en behoeften van de huidige bezoekers van Drenthe en Assen. De ontwikkeling rondom dit gebied valt buiten de scope van deze agenda. Er ligt immers een ontwikkelvisie voor het TRZ.









2.4 De sector in beeld - verblijfsrecreatie

De gemeente Assen kent voor een stedelijke gemeente een zeer divers verblijfsaanbod, met enkele (grootschalige) hotels en vakantieparken. De economische betekenis van de verblijfssector was in 2019 ruim €29,9 miljoen.

Het Dashboard Impact Toerisme (DIT) toont aan dat er in 2019 circa 421.200 overnachtingen plaatsvonden (tabel 3 en 4 zijn afkomstig uit het DIT) . Bijna twee derde van deze overnachtingen vond plaats in één van de hotels. In de hotels verblijven gasten voornamelijk met een toeristisch motief, maar ook de zakelijke markt wordt bediend. De bezettingsgraad in de Assense hotels is voor het jaar 2019 geraamd op circa 74%, met circa 70% van de kamernachten voor toeristisch verblijf. Daarmee was de bezetting iets hoger dan het gemiddelde van Noord-Nederland (70%).

Ten opzichte van enkele andere Drentse gemeenten is het totaal aantal overnachtingen in de gemeente Assen bescheiden, maar vergeleken met ander steden in Nederland presteert Assen juist zeer behoorlijk.

Aanbod

De Bonte Wever is de grootste trekker binnen de hotellerie. Het hotel voorziet in een totaal aanbod aan verblijfs- en dagrecreatieve voorzieningen voor haar gasten. Daarnaast bieden hotel Van der Valk en City Hotel de Jonge de gast een kwalitatief hoog verblijf. Camping Witterzomer is het grootste vakantiepark van de provincie Drenthe en onlangs benoemd door de ANWB als Top Camping 2021. Daarnaast zijn er circa 53 (air)B&B's en diverse vakantiewoningen. Door de grootschaligheid van de TT evenementen zijn er ook veel tijdelijke campings in de gemeente Assen. Circa 8% van de totale overnachtingen in 2019 vond plaats op een tijdelijke camping. Het verblijfsaanbod is over het algemeen van (zeer) hoge kwaliteit. Dit is ook terug te zien in de online beoordeling van aanbieder. Vrijwel alle verblijfsaanbieders worden hoog tot zeer hoog (tussen 4-5) gewaardeerd door de gasten.

Aantal eenheden verblijfstoerisme

	2019	2020
HOTELKAMERS	569	569
B&B-KAMERS	53	59
VAKANTIEWONINGEN	45	46
VERHUURACCOMMODATIES	42	42
TOERISTISCHE KAMPEERPLAATSEN	599	624
VASTE KAMPEERPLAATSEN	200	200
LIGPLAATSEN IN JACHTHAVENS [b]	40	40
TOTAAL	1.548	1.580

Aantal overnachtingen in het jaar 2019 en 2020

	2019	2020	AANDEEL IN OVERNACHTINGEN IN HET JAAR 2019	ONTWIKKELING 2019-2020 ASSEN	ONTWIKKELING 2019-2020 DRENTHE [b]
HOTELS	264.100	186.800	63%	-29%	-20%
BED & BREAKFASTS	4.800	4.900	1%	+2%	
REGULIERE CAMPINGS, VAKANTIE-PARKEN EN VAKANTIEWONINGEN	119.400	141.200	28%	+18%	-14%
TIJDELIJKE CAMPINGS	31.300	0	7%	-100%	N.B.
JACHTHAVENS	1.600	1.600	<1%	0%	N.B.
TOTAAL	421.200	334.500	100%	-21%	-17%

Tabel 3 en 4 zijn afkomstig uit het Dashboard Impact Toerisme (ZKA, 2021). Meer achtergrondinformatie over de methodiek en resultaten is te vinden in het DIT-rapport.

2.5 Betekenis vrijetijdseconomie - samenvatting

Het uitgevoerde Dashboard Impact Toerisme heeft de economische betekenis van de sector cijfermatig inzichtelijk gemaakt. De resultaten hebben betrekking op de gemeente Assen, waarbij het jaar 2019 als basisjaar geldt. Vanwege de coronacrisis is ook de impact op de economie voor het jaar 2020 in kaart gebracht. De belangrijkste resultaten:

Economische betekenis vrijetijdseconomie: € 146.2 mln. (tabel 5 geeft een verdere uitsplitsing van dit bedrag weer).

Bijna 80% van deze bestedingen zijn gerelateerd aan dagrecreatie. De subcategorieën '*evenementen*' en '*cultuur, entertainment, musea en bezienswaardigheden*' trekken de meeste bezoekers.

Circa 20% van de bestedingen zijn gerelateerd aan verblijfstoerisme. Met name de hotels, met een relatief hoge bestedingscomponent, zijn hierbij belangrijk. Naast een aantal grootschalige aanbieders is het overige aanbod vaak kleinschalig en seizoensgebonden.

	2019			2020			2019-2020
	VERBLIJF	DAG	TOTAAL	VERBLIJF	DAG	TOTAAL	
LOGIES	€ 14,0 mln.	-	€ 14,0 mln.	€ 11,0 mln.	-	€ 11,0 mln.	-21%
HORECA	€ 8,9 mln.	€ 48,4 mln.	€ 57,3 mln.	€ 4,5 mln.	€ 15,3 mln.	€ 19,8 mln.	-65%
DETAILHANDEL	€ 3,3 mln.	€ 22,3 mln.	€ 25,6 mln.	€ 2,5 mln.	€ 9,2 mln.	€ 11,7 mln.	-54%
ENTREE	€ 2,4 mln.	€ 41,2 mln.	€ 43,7 mln.	€ 0,6 mln.	€ 26,6 mln.	€ 27,2 mln.	-38%
VERVOER	€ 1,1 mln.	€ 4,4 mln.	€ 5,6 mln.	€ 0,9 mln.	€ 1,9 mln.	€ 2,8 mln.	-50%
TOTAAL	**€ 29,9 mln.**	**€ 116,1 mln.**	**€ 146,2 mln.**	**€ 19,5 mln.**	**€ 53,0 mln.**	**€ 72,5 mln.**	**-50%**

Tabel 5. Bestedingen recreatie en toerisme in de jaren 2019 en 2020

De vrijetijdseconomie in Assen werd in 2020 hard geraakt door de coronacrisis. De daling van het aantal overnachtingen was sterker dan provinciaal (-21% vs. -17%), en de grootschalige evenementen en beurzen, die economisch zo belangrijk zijn voor Assen, konden geen doorgang vinden. Hierdoor namen de totale bestedingen aan recreatie en toerisme af met ongeveer 50%.

Werkgelegenheid: Gemeten volgens de landelijke R&T-standaard was de werkgelegenheid in de R&T-sector in Assen in 2019 volgens stichting LISA circa 5,5%. Dat komt neer op 2.290 banen aan directe werkgelegenheid. Dit is lager dan landelijk (circa 7,0%), maar vergelijkbaar met bijvoorbeeld een stad als Deventer. Enkele sectoren blijven buiten beschouwing in de raming volgens de landelijke R&T-standaard, zoals delen van de niet-dagelijkse detailhandel (voor recreatief winkelen). Het is afhankelijk van de structuur van de werkgelegenheid in een gemeente, maar doorgaans is de indirecte werkgelegenheid goed voor 25% tot 35% extra banen bovenop de directe werkgelegenheid. De totale werkgelegenheid in de R&T-sector was dus hoger dan 3.000 banen.

2.6 Huidige doelgroepen

Het diverse aanbod in Assen resulteert erin dat ook de doelgroep die Assen op dit moment bezoekt divers is. Deze paragraaf schetst de doelgroepen op basis van herkomst, motief en leefstijlen.

Doelgroepen op basis van herkomst

Inwoners uit de eigen gemeente en omgeving vormen de belangrijkste doelgroep voor dagrecreatieve bedrijven. Over het algemeen geldt dat 60-70% van de dagrecreatieve bezoeken wordt afgelegd door bezoekers woonachtig op minder dan een half uur reistijd. De inwoners van Assen gaan naar evenementen in de buurt en maken vooral gebruik van laagdrempelige recreatie zoals wandelen, fietsen, sport- en-spelactiviteiten en horeca. Ook cultuuraanbieders zoals DNK zijn van grote waarde voor eigen inwoners. Begin 2020 is het meest recente koopstromenonderzoek voor de gemeente Assen uitgevoerd (peiljaar 2019). Daaruit blijkt dat inwoners van Assen een hoge binding hebben met recreatie (incl. winkelen) in het centrum van Assen. Gemiddeld waarderen de bezoekers van Centrum Assen met een 7,4.

Regionale en (inter-)nationale bezoekers komen vooral naar Assen voor de hoogwaardige exposities in het Drents museum, de vele evenementen op het TT circuit en voor (het aanbod in) De Bonte Wever. Van alle bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen in Centrum Assen is 39% afkomstig van overige gemeenten uit Nederland. Uit de interviews met verblijfsaanbieders blijkt dat er kansen worden gezien om meer vraag uit de Duitse en Belgische markt te genereren. In Perspectief Drenthe wordt hier ook op aangesloten.

Doelgroepen op basis van motief

Het bezoekmotief van de toerist kan zowel recreatief als zakelijk zijn. De hotelmarkt in Assen is erop gericht ook de zakelijke markt te bedienen. Dit zie je ook terug in het aantal congres-, evenement- en vergaderlocaties. Veel van de gasten met een toeristisch motief zien de stad als goede uitvalsbasis voor een combinatiebezoek, waarbij niet alleen het Drents Museum en het centrum van Assen op het programma staat maar ook wandelen en fietsen in de natuurgebieden in omliggende gemeenten.

Doelgroepen op basis van leefstijl

Inzicht in de leefstijlen van inwoners helpt bij het inzichtelijk maken van (potentiële) doelgroepen en maakt het daardoor mogelijk om (toekomstig) aanbod te laten aansluiten bij de wensen van de gast. Om meer gevoel te krijgen bij deze doelgroep, wordt het model van de Leefstijlvinder gebruikt. De leefstijlen zijn onderscheidend qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrijetijd (zie bijlage 1 voor meer informatie).

Ook in het perspectief bestemming Drenthe 2030 is gebruik gemaakt van de leefstijlvinder. Zo staat geschreven dat Drenthe graag gasten naar Drenthe haalt die passen in het Drents DNA. De focus ligt daarom op gasten van binnen- en buitenland die genieten van natuur, cultuur en het samenzijn met familie en vrienden. Dit zijn de nationale leefstijlen ‘harmoniezoekers’, ‘ verbindingszoekers’ en ‘ inzichtzoekers’. Ze worden aangetrokken door de Drentse kernwaarden: ongedwongen, oorspronkelijk en robuust. Dit heeft betrekking op Drenthe als oerprovincie.

Wanneer we inzoomen op leefstijlen van inwoners uit de gemeente Assen, dan valt op dat in Assen relatief gezien veel **Plezierzoekers** wonen (tabel 6). Daarnaast wonen er vergeleken met het landelijke gemiddelde, relatief gezien veel Harmonie- en Verbindingszoekers in Assen. Net als in veel gemeenten in Nederland is de Rustzoeker eveneens een belangrijke leefstijl in Assen. Rustzoekers houden van regelmaat en zijn het meest op hun plek in hun vertrouwde omgeving. Vrije tijd brengen ze graag in en om huis door, maar ook fietsen door de omgeving is in trek. Rust en ruimte is belangrijk voor deze doelgroep, kernwaarden die in Assen voldoende aanwezig zijn. Deze doelgroep maakt relatief weinig gebruik van andere dag- en verblijfsaanbieders.

Plezierzoekers omschrijven zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Ze hebben het liefste veel mensen om zich heen en trekken er graag op uit met familie en vrienden. In hun vrije tijd houden ze ervan om geëntertaind te worden en nieuwe avonturen te beleven. Ze houden van festivals,

LEEFSTIJL	GEMEENTE ASSEN	DRENTHE	NEDERLAND
AVONTUURZOEKERS	8,3%	5,7%	11,2%
PLEZIERZOEKERS	**19,4%**	15,4%	17,5%
HARMONIEZOEKERS	13,3%	14,5%	12,2%
VERBINDINGSZOEKERS	13,1%	15,3%	12,3%
RUSTZOEKERS	19%	20,8%	18,5%
INZICHTZOEKERS	12,4%	14,9%	12,7%
STIJLZOEKERS	14,4%	13,5%	15,7%

Tabel 6. Leefstijlen inwoners gemeente Assen.

evenementen, de bioscoop, escaperoom, casino en een pretpark. In vergelijking met andere leefstijlen gaan plezierzoekers relatief vaak op vakantie. Ze houden ervan om te overnachten op een plek met veel vermaak, maar ook een luxe hotel kunnen ze waarderen. Plezierzoekers proberen graag nieuwe dingen uit en laten zich graag verrassen!

Ook de Harmonie- en Verbindingszoekers worden aangesproken door het groeps-en familiaire aspect dat in de voorzieningen van de aanbieders aanwezig is. De Verbindingszoekers houden van gezelligheid en stellen niet bijzonder veel eisen. Ze houden van wandelen- en fietsen, maar bezoeken ook graag het theater of een museum. Vooral cultuurhistorische activiteiten zijn voor deze groep interessant. De Harmoniezoekers zijn tevreden als de hele groep het naar de zin heeft. Met een dag zwemmen of winkelen in een binnenstad maak je deze groep blij.

Zoals eerder aangegeven is Assen interessant voor een brede doelgroep. Aanbieders zijn divers en weten diverse doelgroepen naar de gemeente te trekken. Zo is de gemeente interessant voor cultuurliefhebbers, mensen die graag een bezoek brengen aan de natuur, maar ook voor mensen die vertier zoeken. De diversiteit die op dit moment in Assen aanwezig is, vraagt erom om in de toekomst nog meer met elkaar verbonden te worden. Dat kan door ondernemers die zich richten op dezelfde doelgroep met elkaar te verbinden, maar ook door de verscheidenheid aan aanbieders met elkaar te verenigen om zo verrassende arrangementen aan te bieden. In het verlengde van dit proces moet daarin gezamenlijk een weg gevonden worden. Zo blijven bezoekers ook in de toekomst Assen bezoeken.



03 Toekomst perspectief

3.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is de vrijetijdssector in beeld gebracht en zijn de huidige doelgroepen van Assen geïnventariseerd. Naast de informatie die tijdens de sessie met de gemeente en de sector is opgehaald, zijn ook de trends en ontwikkelingen van belang om perspectief te schetsen. Daarom begint dit hoofdstuk met het in kaart brengen van de voor de vrijetijdseconomie belangrijkste maatschappelijke en sectorale trends en ontwikkelingen.

Vervolgens zijn voorgaande hoofdstukken vertaald in een SWOT-analyse waarbij de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen voor de vrijetijdseconomie van Assen zijn weergegeven. Dit vormt de basis voor het bepalen van de belangrijkste opgaven voor de sector komende jaren. Deze opgaven zijn samen met de sector geformuleerd.





3.2 Trends en ontwikkelingen

Beleveniseconomie

Er wordt steeds meer belang gehecht aan echte belevenissen. Door de hoge concurrentie is het onderscheidend vermogen van belang. Het toevoegen van een verhaal aan een concept of gebied, maakt de ervaring ervan uniek en interessant. Beleving wordt steeds vaker aangeboden als een (toeristisch) product. Hierbij speelt storytelling een belangrijke rol. Assen beschikt over de aanknopingspunten en unieke verhalen om authentieke ervaringen aan te bieden. Denk daarbij aan verhalen over het erfgoed of trekkers zoals de TT.

Digitalisering en technologie

Ontwikkelingen op technologisch gebied geven oneindig veel mogelijkheden. De consument vertrouwt op digitale platformen en middelen voor het vinden van informatie en inspiratie. Online middelen geven transparantie in prijs en aanbod. Hierdoor boeken mensen steeds vaker zelf hun vakantie online. Door virtual reality hebben we een geheel nieuwe manier van beleven. Digitalisering en een goede online vindbaarheid kan de ervaring van de toerist verbeteren en is ook voor ondernemers cruciaal. De online vindbaarheid van het gehele aanbod is een belangrijk aandachtspunt voor Assen.

Krapte op de arbeidsmarkt

In de afgelopen jaren nam de werkloosheid in Nederland in rap tempo af. Hierdoor ontstond, zeker in de vrijetijdssector, krapte op de arbeidsmarkt. Bedrijven die op zoek waren naar personeel moesten hierdoor vaak hogere loonkosten maken of kampten met structurele personeelsproblemen. De krapte op de arbeidsmarkt in de vrijetijdssector is mede door de coronacrisis nog verder toegenomen. Met name voor de horeca -die lang gesloten moest zijn- is het lastig om personeel te vinden.

Belang duurzaamheid en MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker. De samenleving verwacht dat ondernemers zich niet alleen richten op het maken van winst, maar ook op de impact op de maatschappij of het milieu. Ook in de toeristische sector is dit terug te zien en wordt MVO steeds belangrijker. Uit onderzoek van GfK & BOpen (2018) blijkt dat consumenten in toenemende mate bereid zijn meer te betalen voor duurzaamheid. In Assen zijn vier bedrijven en instellingen in het bezit van duurzaamheidskeurmerk Green Key (Gold). Daarnaast zoeken diverse bedrijven de samenwerking met het Duurzaamheidscentrum op.





Toerisme heeft positieve impact

- De vrijetijdseconomie draagt bij aan de leefbaarheid en levendigheid van gemeenten en is daarmee van grote waarde op de brede welvaart van inwoners.
- Toerisme staat niet op zichzelf, maar heeft impact op en raakvlakken met veel andere sectoren, zoals onderwijs, cultuur, detailhandel en mobiliteit.
- Toerisme heeft een hoge economische waarde. In Nederland zorgde de toeristische sector in 2019 voor €91 miljard aan bestedingen. Dat is 4,4% in het totaal nationaal product (CBS, 2021).

Actieve koopkrachtige senioren

- Nederland vergrijst maar de senioren staan nog lang midden in het leven. Naar verwachting telt Assen in 2040 60% meer 65-plussers dan nu.
- De 65-plussers zijn steeds meer actief, fit, mobiel en hebben veel vrije tijd en koopkracht.
- Door het gemak van auto's, het openbaarvervoer en elektrische fietsen wordt de actieradius van senioren, en daarmee de mogelijkheden voor recreatie, vergroot.
- Senioren gaan graag en eenvoudig een dagje, weekendje of midweekje op pad. Een deel van het aanbod in Assen profiteert hiervan.

Veranderde wereld

- De aantrekkelijkheid van het platteland (rust, ruimte, vertraging, gemoedelijkheid) groeide al voor de pandemie en is door COVID-19 nog sterker geworden. Drenthe -waaronder Assen- profiteert hiervan door gasten een echt oergevoel te geven.
- Winkelgebieden veranderen van place-to-buy naar een place-to-be: centra krijgen een functie als stadshart met een mix van functies. Service, beleving en ondernemerschap zijn daarbij van groot belang, zo ook de rol van horeca en leisure.

Een groei in vakanties

- Mensen gaan vaker en korter op vakantie. Dit zorgt voor een groei in binnenlandse vakanties en bestedingen.
- Ondanks COVID-19 is de verwachting dat het aantal internationale toeristen dat een bezoek brengt aan Nederland op de lange termijn blijft toenemen.
- Diversiteit in vakanties groeit: alleen of juist met een groep (samengestelde families, vrienden groepen etc.), inspannen i.p.v. ontspannen (vrijwilligerswerk, zelfontwikkeling), workations.
- Belangstelling in cultuur en authenticiteit biedt kansen voor het Asser vrijetijdsproduct..



3.3 SWOT-Analyse

Sterkten

- De diverse hoogwaardige natuurgebieden in en rondom de gemeente (Nationaal Park Drentsche Aa, Witterveld, Asserbos, Balloërveld, en Fochteloërveen).
- Centrale ligging en goed bereikbaar met de auto, het openbaar vervoer en de boot.
- De vrijetijdssector beschikt over zeer sterke ondernemers, waarvan een aantal (inter-) nationale gasten weten te trekken (o.a. Drents Museum, TT circuit en De Bonte Wever). De grote ondernemers weten elkaar te vinden.
- Hoofdstad van Drenthe: Assen heeft een sterke bovenregionale functie als hoofdstad en bestuurscentrum van Drenthe. Met unieke voorzieningen en hoogwaardige verblijfsaanbieders.
- Gemoedelijke stad met een dorps karakter: Assen is het kloppende hart van de gelukkigste regio van Nederland. Inwoners waarderen het landschap en zijn toch dichtbij de stad.
- Assen heeft veel cultuurhistorie: Assen heeft door de status als kloosternederzetting en provinciaal bestuurscentrum een bijzondere historische structuur.

Zwakten

- Assen mist een goede visie en uitvoering op de stadsmarketing. Er is geen scherp toeristisch profiel waarin de stedelijke allure naar voren komt. Nu is Assen van alles een beetje, waardoor er geen eenduidige boodschap richting de bezoekers is.
- Een divers aanbod betekent ook diverse bezoekers. Er wordt onvoldoende gebruik gemaakt van elkaars kracht d.m.v. combinatiebezoek.
- Aanbod voor (jonge) kinderen en jeugd is beperkt aanwezig en/of bekend.
- De online vindbaarheid van het aanbod ontbreekt: een duidelijke online plek voor evenementenkalenders, dagrecreatieaanbod, arrangementen etc.
- De dagrecreatie aanbieders en kleinere verblijfsaanbieders zijn niet verenigd.
- De communicatie tussen de gemeente en de sector is nog niet optimaal. Gemeente moet de sector vroegtijdig betrekken en meenemen in beslissingen.
- Tot voor kort beperkte ambtelijke capaciteit beschikbaar.

Kansen

- Toenemende behoefte aan kortdurende vakanties in eigen land.
- De verwachte bevolkingsgroei in Assen kan de thuismarkt vergroten voor tal van recreatieve voorzieningen.
- Toenemende behoefte aan het ervaren van unieke belevenissen en echte verhalen. Beleefbaar maken van het erfgoed speelt hierin een rol.
- Duurzaamheid en korte ketens (koop lokaal) worden steeds belangrijker;
- Door de vergrijzing groeit de doelgroep 65-plussers. Deze groep heeft een grotere actieradius gekregen door de elektrische fiets.
- TRZ biedt fysieke ruimte voor vrijetijdsontwikkelingen.
- Door de goede ligging en ruimte zijn er mogelijkheden om Assen meer als evenementenplek op de kaart te zetten.
- Aansluiten bij cultuurhistorische iconen in Drenthe en Groningen (NP Drentsche Aa, Hunebed Highway, Unesco werelderfgoed Koloniën van Weldadigheid etc.).
- Samenwerken met regiopartners en aansluiten met het onderwijs.

Bedreigingen

- De gevolgen voor de vrijetijdssector op lange termijn door de coronacrisis en economische recessie zijn onbekend.
- Duurzaamheid is steeds belangrijker, maar het doorvoeren van duurzaamheidsmaatregelen vraag om investeringen van ondernemers.
- Centrumgebieden komen vaker onder druk te staan met leegstand tot gevolg. Nieuwe functies bieden maar beperkt een alternatief.
- Binnen de vrijetijdssector zijn vacatures moeilijk te vullen. Vooral in de horeca.

3.4 De belangrijkste opgaven voor Assen

Dit hoofdstuk staat in het teken van het toekomst perspectief voor Assen. Daarbij zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen weergegeven en is een SWOT-analyse gemaakt. Zoals de SWOT- analyse laat zien, is de vrijetijdssector van Assen in veel opzichten al sterk en liggen er veel kansen. Maar Assen kent ook een aantal zwakten en bedreigingen liggen op de loer. Op basis van de SWOT-analyse en gesprekken met de sector zijn acht opgaven geformuleerd. Hier wordt komende jaren gezamenlijk aan gewerkt.

1. Eenduidig (toeristisch) profiel formuleren. Dit dient vervolgens als vertrekpunt voor zowel product-/aanbodontwikkeling als promotie (online en offline).
2. Bezoekduur vergroten: Hoofdstad Assen als uitvalsbasis voor Drenthe. Mensen meerdaags laten verblijven in Assen. Dit verhoogt tevens de bestedingen.
3. Voldoende (en gastvrij) personeel aantrekken, opleiden en behouden. Hier valt of staat de sector mee. Voldoende personeel is nu en in de toekomst nodig om bezoekers te bedienen.
4. Centrum Assen levendig en aantrekkelijk houden voor inwoners en bezoekers. Hierbij aansluiten bij de Binnenstadsvisie Assen, met oog voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen.
5. Nieuwe en onderscheidende ondernemers een plek bieden. Dit betekent dat nieuw aanbod iets toe moet voegen aan het bestaande aanbod, maar ook dat er heldere kaders zijn voor ondernemers waaraan een initiatief moet voldoen.
6. Als stad aantrekkelijk zijn voor jonge gezinnen en daarnaast vanuit cultuurhistorisch oogpunt inspelen op actieve senioren.
7. De landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten van Assen en omgeving toeristisch-recreatief benutten en beleefbaar maken.
8. Samenwerking tussen en met ondernemers, gemeente en (regio) partners versterken.





04

Vrijetijdseconomie 2027



4.1 Inleiding

Nu de centrale kansen en opgaven voor Assen duidelijk zijn, kan de ambitie worden geschetst. Op de rechterkant van deze pagina staan de belangrijkste uitgangspunten weergegeven. De vijf uitgangspunten vormen de basis en zijn een integraal onderdeel van de agenda en actieplan.

Paragraaf 4.3 zet Assen neer zoals het nu is. Wat maakt Assen bijzonder en wat spreekt aan. Vervolgens is samen met de sector de ambitie geformuleerd. Waar willen we als sector staan in 2027?

De ambitie zegt nog niets over de daadwerkelijke route die we nemen om er te komen. Het eindpunt is bekend, de weg ernaartoe enkel op hoofdlijnen. Om hier sturing aan te geven, is aan de hand van drie strategielijnen een actieprogramma opgesteld (H5).

De informatie die is opgehaald tijdens de participatiemomenten is erg van belang geweest voor dit hoofdstuk. De input komt van de inwoners, ondernemers en externe partijen. In gezamenlijkheid is nagedacht over de ambitie en gewenste ontwikkelrichting. Dat maakt het breed gedragen.

4.2 Uitgangspunten

1. Recreatie en toerisme zijn geen doel op zich, maar een middel dat bijdraagt aan de leefbaarheid en brede welvaart van inwoners en lokale doelstellingen. De vrijetijdseconomie vormt een belangrijke pijler voor de lokale economie en heeft een sterke samenhang met andere ontwikkelingen binnen de gemeente. Dit betekent dat de agenda en het actieplan niet alleen gericht zijn op bezoekers, maar ook bewoners en bedrijven moeten profiteren van ontwikkelingen.

2. De gemeente staat positief tegenover de vrijetijdseconomie. Dit betekent dat gedacht wordt in kansen en gekeken wordt naar wat kan en past. Samen met ondernemers wordt gewerkt om de sector blijvend te versterken. Nieuwe initiatieven moeten passen bij de omgeving en niet concurrerend zijn met, maar complementair aan, het bestaande aanbod.

3. De toerist bezoekt een gebied en geen gemeente. Dit betekent samenwerken met omliggende gemeenten, aansluiten bij regionale ontwikkelingen en aanhaken bij regionale routes. Daarbinnen moet Assen onderscheidend zijn.

4. Duurzaamheid en inclusiviteit komen integraal terug in de agenda en het actieprogramma. Dit houdt in dat initiatieven, acties en maatregelen vanuit duurzaamheidsperspectief en met oog voor inclusiviteit afgewogen worden.

5. Kennis is macht. Deze agenda is het begin, maar zeker niet het eindpunt. We blijven monitoren en door aanvullende onderzoeken uit te voeren krijgen we nog meer grip op mogelijke ontwikkelrichtingen. Dit vraagt om enige flexibiliteit in het actieplan.

4.2 Ons startpunt – Assen anno 2022

Hoofdstuk twee heeft ons laten zien dat we als gemeente veel moois te bieden hebben aan eigen inwoners en bezoekers. Met onze landschappelijke kwaliteiten, cultuurhistorische waarden en sterk ondernemerschap hebben we vele parels in handen. In onze Omgevingsvisie spreken we over *Ontspannen stedelijkheid* en in het merkhuis Assen[1], wordt de werkterm *Hoofdstad met charme* gehanteerd. Passende begrippen waar ook de vrijetijdseconomie bij aansluit. Als we betrokkenen vragen wat Assen op dit moment bijzonder maakt, komen de volgende zaken ter sprake:

Het woord groen wordt vaker wel dan niet genoemd. Zoals een inwoner zei*: 'Een echte stad in het groen"*. Ofwel de landschappelijke kwaliteiten van onze gemeente die tot in de stad Assen zichtbaar zijn. Met als topstuk het Nationale Park Drentsche Aa dat deels binnen onze gemeentegrenzen valt. Maar groen is meer dan alleen natuur. Veel ondernemers zijn bezig met duurzaamheid. En Assen scoort ook bovengemiddeld op de landelijke duurzaamheidsindex.

Assen is een stad met een indrukwekkende historie die toch altijd gewoon is gebleven. *'Assen is niet te groot, niet te klein. We kennen elkaar en hebben veel voor elkaar over'* – Vastgoed ondernemer. Zoals vaker gezegd is Assen een stad met een dorps karakter en een stad met charme. Het 'ons kent ons' principe gaat hier op. Of zoals een inwoner het omschreef: 'Een gezellig uit de kluiten gewassen dorp'.

Door de goede bereikbaarheid, diversiteit en het ruime aanbod is Assen een stad om niet te missen en de ideale uitvalsbasis voor de Drentse oer-beleving. *'Naast alles is de goede bereikbaarheid van Assen echt een pluspunt'* – Raadslid. En niet alleen wordt er hard gewerkt aan de bereikbaarheid van Assen. Ook wordt er gewerkt aan het schoner, gezonder, veiliger en socialer maken van de bereikbaarheid en vervoer.

Assen heeft een compleet en divers voorzieningen aanbod dat door de middelgrote schaal binnen handbereik ligt. *'Er is van alles een beetje; goede stad, buiten en binnen recreatie. Overal is wel iets van'* – dagrecreatie ondernemer. Van het Drents museum en de monumenten aan de singels tot de gezellige binnenstad met sfeervolle horecapleinen en vele (culturele) evenementen. Van het stoere geweld van het TT-circuit tot de rust en ruimte in het Asserbos.

Assen is een stad met ondernemersgeest, waar ondernemers hard werken om de markt te bedienen. Zelfs in tijden dat het lastig is door een pandemie werken horeca-, cultuur-, dag- en verblijfsaanbieders aan de toekomst en het voortbestaan van eigen onderneming. Dit zien we terug in het aantal sterke en hoog gewaardeerde spelers.

Assen blijft je verrassen; is een zin die wat vaker terugkomt. *'Bijna dagelijks hoor ik van toeristen hoe verrast ze zijn door alles wat Assen te bieden heeft'* - VVV medewerker. De stad verrast met haar diverse aanbod en hoogwaardige (landschappelijke) kwaliteiten. Dit toont de kracht van Assen, maar laat ook zien dat veel nog onbekend is bij (lokale) bezoekers.

1 *Het merkhuis Assen is in samenwerking met de sector, Marketing Drenthe en de Kop van Drenthe ontwikkeld om de positionering van Assen onder het merk Drenthe vorm te geven.*

4.3 Onze ambitie – waar willen we naartoe?

Assen heeft alles in zich om zichzelf toeristisch-recreatief verder op de kaart te zetten. Prachtige landschappelijke kwaliteiten, hoogwaardig cultureel erfgoed, sterke ondernemers en topprogrammering. Zowel de sector als inwoners benoemen[2] het belang van de vrijetijdseconomie en zien mogelijkheden om de sector verder te ontwikkelen.

Komende jaren willen we de sector de prioriteit geven die het verdient. Voorop staat dat we als gemeente en sector een **hoge ambitie** hebben:

We willen de vrijetijdseconomie in Assen versterken. Dit doen we door een heldere positionering uit te werken, goed samen te werken en door ons huidige aanbod extra onder de aandacht te brengen en waar nodig nieuw aanbod toe te voegen. Als hoofdstad van de oerprovincie ervaren bezoekers en inwoners ontspannen stedelijkheid in onze gemeente. Een levendige hoofdstad met charme gelegen in het groen. Door de goede bereikbaarheid is Assen een uitstekende basis voor een bezoek aan de regio. Assen laat je verrassen!

Concreet stellen we de volgende kwantitatieve doelen:

Groei aantal toeristische overnachtingen van 421.200 (2019) naar 475.000 (2027) (+2,5% per jaar vanaf 2023, +13% totaal)

Groei bezoeken dagrecreatie van 4.435.800 (2019) naar 4.800.000 (2027) (+8%)

Economische betekenis vrijetijdseconomie verhogen in bestedingen van € 146,2 mln. (2019) naar € 161 mln. (2027) en werkgelegenheid (+10%)

Naast groei in bezoekers en bestedingen, horen er ook een aantal **kwalitatieve doelen** bij deze agenda. Gezamenlijk geven ze richting aan onze groei.

- Uitwerken van een heldere positionering en hier als sector invulling aan geven.
- Verbinden en onder de aandacht brengen van ons aanbod. We hebben als gemeente al vele grote en kleine aanbieders, toch is lang niet alles bekend bij inwoners en bezoekers. Alle losse kralen rijgen we aan elkaar om zo een ketting te vormen vol met parels. Ontbrekende parels voegen we toe.
- Verhogen van de waardering van ons aanbod, inclusief ons centrum.
- Versterken verbinding onderwijs en de vrijetijdseconomie.
- Versterken onderlinge samenwerking ondernemers.
- Aansluiten bij regionale samenwerkingsverbanden en hierin vanuit eigen positionering onderscheidend zijn.

Met deze groeiambitie streven we niet alleen naar economische groei, ook profiteren meer mensen van toerisme en recreatie. Dat zijn niet alleen de toeristen van buiten de gemeente, maar ook juist de eigen inwoners profiteren mee. Als gemeente vinden we het belangrijk om grip te houden op ontwikkelingen en tegelijkertijd de markt ruimte te geven om te ondernemen. Dit doen we door samen met de sector duidelijke ontwikkelkaders op te stellen die nieuwe initiatieven richting geven en helpen eenvoudiger tot realisatie te komen. Continue blijven monitoren is hierbij een vereiste. Op de volgende pagina staan de drie strategielijnen toegelicht.

2 *Bijlage 2 geeft een samenvatting van de uitkomsten van de inwonersenquête weer.*

4.4 Drie strategielijnen om tot actie te komen

Om de ambitie en doelen te behalen zetten we de komende tijd vol in op toeristische groei. Dat doen we door ervoor te zorgen dat we herkenbaar zijn voor bezoekers, het aanbod op orde is en actief samen te werken.

Strategielijn 1. Herkenbaar profiel en gezamenlijk vermarkten

Passend bij ons DNA willen we een herkenbaar profiel uitstralen en dit gezamenlijk vermarkten. Om de positionering van Assen onder het merk Drenthe vorm te geven, is in samenwerking met de sector, Marketing Drenthe en de Kop van Drenthe een merkactivatieplan ontwikkeld. In dit merkhuis staat Assen omschreven als *de hoofdstad met charme*. In het kader van stadsmarketing wordt de positionering van Assen verder uitgewerkt. Een sterke positionering biedt kansen om de juiste product-markt-combinaties te maken. Daarnaast wille we Assen online en offline verder op de kaart zetten. Het hebben van een gezamenlijke website en goede informatievoorzieningen helpt om gasten voor en tijdens hun bezoek de weg te wijzen.

Strategielijn 2. Actief samenwerken

Investeren vraagt om actief samenwerken. Alleen ga je misschien sneller, maar samen kom je verder. We willen ondernemerschap versterken, aansluiten bij regionale acties en daarnaast voldoende banen creëren en behouden. Dit vraagt om goede afstemming en samenwerking met en tussen ondernemers, inwoners, (regio) partners en gemeente. We kunnen meer van elkaars kwaliteiten benutten door slim samen te werken. Het aanbieden van gedeelde arrangementen behoort tot de mogelijkheden.

Strategielijn 3. Het aanbod op orde

Het is belangrijk dat ons aanbod op orde blijft. Niet alleen vandaag, maar ook over vijf jaar. Voor onze eigen inwoners van jong tot oud en voor bezoekers die Assen bezoeken. Om te blijven verrassen, moet ons aanbod vernieuwend blijven. Dit kan bijvoorbeeld door wisselende exposities en evenementen, maar ook doordat bestaande aanbieders blijven inspelen op trends en ontwikkelingen. Randvoorwaardelijk is daarbij dat onze basisvoorzieningen op orde zijn. Dit betekent dat we een levendig centrum nodig hebben. Maar ook onze landschappelijke kwaliteiten en erfgoed beleefbaar worden voor iedereen. Daarnaast zullen we inzetten op het versterken van de dagrecreatie voor het hele gezin.





05 Uitvoeringsplan



5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de ambities vertaald naar een actieplan op hoofdlijnen. De drie strategielijnen helpen de verschillende activiteiten te ordenen en brengen hier samenhang in. Per strategielijn worden verschillende maatregelen voorgesteld, waaraan ook een kartrekker en termijn gekoppeld is (kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang = 5 jaar). Gemeente en ondernemer hebben hierin verschillende rollen.

De gemeente Assen beseft hoe belangrijk het is haar ondernemers te faciliteren en te ondersteunen. De gemeente neemt haar verantwoordelijkheid voor het algemene vestigingsklimaat, het faciliteren en stimuleren van ondernemerschap, het stimuleren van netwerken en verbindingen in de regio, het stellen van regels en kaders en het uitvoeren van aanvullende onderzoeken. Ook stimuleert de gemeente ondernemers om blijvend te werken aan thema's zoals duurzaamheid en inclusiviteit.

Tegelijkertijd ligt ook bij ondernemers en overkoepelende samenwerkings-gremia een belangrijke rol in de uitvoering. Door samen te werken en krachten te bundelen kan gezamenlijk gewerkt worden aan gestelde ambities.

De doorlooptijd van het actieplan is gelijk aan gestelde ambitie (2027). Om ervoor te zorgen dat de activiteiten volgens plan gaan, wordt tussentijds op verschillende momenten gemonitord en geëvalueerd.

Aan het einde van dit hoofdstuk wordt per strategielijn ingegaan op de benodigde financiën.

5.2 Strategielijn 1: Herkenbaar profiel en gezamenlijk vermarkten

Om onze ambities te behalen, is het belangrijk om Assen gezamenlijk te vermarkten. Tijdens het schrijven van voorliggend actieplan worden stappen gezet om verdere invulling te geven aan stadsmarketing. Een scherpe positionering helpt om een gezamenlijk beeld te vormen en dit als vrijetijdseconomie in te zetten in marketing en promotie. Niet alleen online, maar ook offline in het zomermagazine, informatieflyers, informatieborden etc.

Actielijn	Actie	Termijn	Betrokken partijen
Positionering Assen opstellen	In het kader van stadsmarketing een eerste prioriteit geven aan de bezoekersmarketing.	Kort	Gemeente, Ondernemers, stadsmarketing
	Een aanvullende doelgroepenanalyse is noodzakelijk om (kansrijke) doelgroepen van Assen inzichtelijk te maken. Dit vormt een belangrijke bouwsteen voor stadsmarketing.	kort	Gemeente, stadsmarketing
Herkenbaar profiel uitstralen	De gezamenlijke positionering uitdragen door merkenhuis Assen verder uit te werken en in de etalage te zetten. Optioneel ontwikkelen we een inspiratieboek voor ondernemers.	Kort	Gemeente, Ondernemers, VVV
	Verkennen hoe de verhalen van Assen meer zichtbaar gemaakt en beleefd kunnen worden. Vervolgens verhalen ophalen als basis voor productontwikkeling en promotie.	Kort - midden	ViA, VVV, TrP
	Assen is als hoofdstad van Drenthe onderscheidend. Onze nieuwe positionering zetten we in om een prominentere plek in te nemen via Marketing Drenthe	Midden	Ondernemers, Marketing Drenthe
	Ontwikkelen en/of versterken van tenminste 1 thematische fiets en 1 thematische wandelroute waarbij de verbinding tussen het centrum en het buitengebied wordt gelegd.	Midden - lang	Kop van Drenthe, Gemeente, ViA, VVV
Informatievoorziening	Oprichten en in stand houden van een gezamenlijke website met daarop makkelijk vindbaar al het aanbod in Assen. Dit is de plek waar bezoekers informatie kunnen vinden over het aanbod en activiteiten in Assen.	Kort	Ondernemers, VVV, ViA, Gemeente
	De offline vindbaarheid mag beter en eenduidiger. Daarom verbeteren we de toeristische informatie voorziening, bebording en bewegwijzering en plaatsen we informatieborden op strategische plekken	Midden -lang	Gemeente, VVV
	Uitgifte ViA Zomermaganize als jaarlijkse editie. Hier ook toeristisch-recreatieve ondernemers in meenemen en de editie bij aanbieders (in de regio) neerleggen voor de gasten.	Doorlopend	ViA, Ondernemers
Evenementen	Evenementenkalender opstellen voor zowel inwoners als voor bezoekers. Alle evenementen bundelen op één plek en gebruiken in promotie.	Kort	Gemeente, VVV, organisatoren van evenementen
	Ontwikkelen van evenementenbeleid met de actualiteiten rondom evenementen in Assen.	Kort- Midden	Gemeente
	Samen met de markt verkennen of er kansen zijn om (nieuwe) evenementen te ontwikkelen. Hierbij aandacht voor het jaarrond houden van evementen om zo het seizoen te verlengen.	Midden	Gemeente, VVV, organisatoren van evenementen

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang = 5 jaar

5.3 Strategielijn 2: Actief samenwerken

Het succes van deze agenda en actieplan hangt af van de manier waarop samengewerkt wordt. Partijen hebben elkaar nodig en kunnen gezamenlijk meer dan elk individu afzonderlijk. Daarom zetten we in om de samenwerking te versterken. Denk hierbij aan de samenwerking tussen ondernemers, tussen ondernemers en gemeente, tussen gemeente en regiopartners en tussen ondernemers en het onderwijs. Het belangrijkste is om de interne organisatie vorm te geven. Op dit moment ontbreekt een platform waar alle ondernemers bij aan kunnen sluiten. Een dergelijk gremium maakt het mogelijk om als collectief het gesprek te voeren met o.a. gemeente. Een goede samenwerkingsstructuur maakt het mogelijk om gezamenlijk acties op te pakken.

Actielijn	Actie	Termijn	Betrokken partijen
Versterken v.d. samenwerking	Op dit moment ontbreekt een samenwerkingsplatform waar alle ondernemers uit de vrijetijdseconomie bij aan kunnen sluiten. Er wordt onderzocht hoe dit wel opgericht kan worden. Belangrijk om te onderzoeken hoe ook de huidige samenwerkingsverbanden kunnen worden gebundeld.	Kort	Ondernemers, gemeente
	Faciliteren en bevorderen van onderlinge samenwerking om zo krachten te bundelen en gebruik te maken van elkaars kennis. 1. Opening toeristisch seizoen organiseren 2. Informatieve sessies over wisselende onderwerpen organiseren	Jaarlijks 2x per jaar	Ondernemers, gemeente faciliteert
	Organiseren werkateliers om te werken aan aansprekende arrangementen	Kort - midden	Ondernemers
	Een gast denkt niet in gemeentegrenzen. Daarom vinden we het belangrijk om actief samen te werken met cultuurhistorische iconen in Drenthe (Koloniën van Weldadigheid, Hunebed Highway etc.). Zo kunnen we gezamenlijk gasten aantrekken.	Kort - midden	Gemeente, (regio) partners
	Ook samenwerken met externe partners zoals omliggende gemeenten, provincie Drenthe, Recreatieschap, Marketing Drenthe en Nationaal Park Drentsche Aa vinden we belangrijk. Hier willen we tijd in investeren. Door te weten wat er speelt kunnen we als Assen slim aanhaken en ons eigen aanbod vervlechten met de regio.	Doorlopend	(omliggende) gemeente, provincie, externe partners
Behouden en creëren van banen	We willen inzetten op het aantrekken en behouden van personeel. Op dit moment zijn het Drethe College, Alfa-college en NHL Stenden bezig met het uitrollen van Hospitality Talent Hubs Drenthe. Doel is om onderwijs en de vrijetijdseconomie bij elkaar te brengen. Assen participeert hier op dit moment al in. We werken actief samen.	Kort	Gemeente, onderwijsinstellingen
	Om potentiële werknemers kennis te laten maken met de sector organiseren we opendagen voor Assenaren. Ondernemers uit de vrijetijdseconomie sluiten hier bij aan.	Kort	Gemeente, TRP, VVV
Assenaar als ambassadeur	Samen optrekken met Mijn Buurt Assen om buurtinitiatieven en leefbaarheidsprojecten te faciliteren en in gesprek te blijven met inwoners over recreatie. Vanuit het project Spelen, bewegen en ontmoeten kijken hoe recreatie nog meer tot uiting kan komen in wijken.	Kort / doorlopend	Gemeente
	Ophalen verhalen bij inwoners en deze –gezamenlijk met Marketing Drenthe en VVV Assen- bundelen en gezamenlijk tot uiting brengen in bijv. een museum maar ook digitaal langs routes.	Middel	Gemeente, Inwoners, Marketing Drenthe, VVV

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang = 5 jaar

5.4 Strategielijn 3: Het aanbod op orde

De groeiambitie vraagt ook wat van ons aanbod. We moeten de juiste keuzes maken en ontbrekende parels toevoegen. Dit betekent dat we beginnen met een aantal verdiepende onderzoeken (marktruimte berekening, opstellen van ontwikkelkaders, actie #1 en #2). Dit geeft inzichten in de huidige markt en groeipotenties. Vervolgens staan we als gemeente open voor deze nieuwe Initiatieven. Zeker niet alleen nieuwe, juist de bestaande aanbieders zijn belangrijk voor ons. Met deze strategielijn zorgen we ervoor dat we als sector groeien. Ook hier sluiten we weer slim aan bij (regionale) samenwerkingsverbanden.

Actielijn	Actie	Termijn	Trekker
Stimuleren nieuw aanbod	Om de juiste keuzes te maken in toekomstige ontwikkelingen, is het hebben van verdiepende inzichten een vereiste. Daarom voeren we een marktruimtestudie voor hotels uit. Dit geeft inzicht in hoe het aanbod is opgebouwd, welke marktruimte er (niet) is, of er nog een bepaald type hotel ontbreekt en welke locaties geschikt zouden kunnen zijn. Ook de zakelijke markt wordt hierin meegenomen.	Kort	Gemeente
	Naast het onderzoek over specifiek de hotels stellen we voor de verblijfssector een duidelijke ontwikkelkaders op. Voordat het kader opgesteld kan worden, moeten we inzichtelijk krijgen wat de diversiteit, kwaliteit en diversiteit van het aanbod op dit moment is en voor welk type aanbieder ruimte is. Dit onderzoek laten we uitvoeren en moet resulteren in een makkelijk bruikbaar ontwikkelkader. Dit helpt RO en EZ in de besluitvorming en schetst heldere toetsingscriteria voor nieuwe ondernemers.	Kort	Gemeente
	In bovenstaande onderzoeken wordt ook de kwaliteit en locatie van de camperplekken meegenomen.	Kort	gemeente
	Wat betreft horeca sluiten we ons aan bij het nog op te stellen horecabeleid. Daar waar mogelijk en niet te veel concurrerend met huidige aanbieders worden nieuwe initiatieven toegestaan.		
	Ambtelijke afstemming rondom nieuwe initiatieven uit de markt. Belangrijk is dat in samenspraak met de initiatiefnemer wordt gekeken naar de mogelijkheden, rekening houdend met de inpasbaarheid in het landschap en de kwaliteit van het nieuwe aanbod. (MKB dienstverleningplan)	Doorlopend	Gemeente
	Planologisch mogelijk maken van herbestemming naar toeristische doeleinden of toeristische nevenactiviteiten op basis van het toetsingskader.	Doorlopend	Gemeente
	Samenwerken met Provincie Drenthe en inzetten op acquisitie vrijetijdseconomie Drenthe. Het TRZ biedt ruimtelijke mogelijkheden.	Doorlopend	Gemeente, Provincie Drenthe
Stad en natuur	Assen is als een van de enige gemeenten in Drenthe nog niet aangesloten op het wandelknooppuntennetwerk van Drenthe. Hier willen we verandering in brengen. We sluiten aan bij het wandelknooppuntennetwerk en onderhouden het.	Kort - Middel	Gemeente, Recreatieschap Drenthe, Provincie Drenthe, Ondernemers, Inwoners
	We hebben veel (culturreel) erfgoed, maar dit is nog slecht beleefbaar. Samen met de nog op te stellen erfgoedvisie onderzoeken we de mogelijkheden om het erfgoed op een gepaste manier beleefbaar te maken en zo te onderhouden.	Middel	Gemeente
	Inventariseren mogelijkheden om kunst en cultuur in te zetten om de verbinding tussen omliggende natuurgebieden en het centrum te versterken	Middel	Gemeente
	Inzetten op edutainment in het Asserbos samen met het Duurzaamheidscentrum. Het opzetten van aanvullende beleefpaden waar mensen informatie horen (door koptelefoons) behoort tot de mogelijkheden.	Middel	Gemeente, Duurzaamheidscentrum
Basis voorzieningen op orde	De Baggelhuizerplas is een plek met veel potentie. Om het gebied meer recreatief te benutten, is het schetsen van mogelijke ontwikkelscenario's een vereiste. Dit onderzoek brengt in kaart waar kansen liggen en aan welke type bezoeker/aanbieder bij elk scenario gedacht kan worden.	kort-midden	Gemeente
	Uitwerken kansenkaart voor waterrecreatie / waterbeleving Assen in samenhang met regio	Middel	Gemeente, VVV
	Inventarisatie kwaliteit recreatieve fietspaden	kort	Gemeente, provincie
Toegankelijk voor iedereen	De vrijetijdseconomie moet voor iedereen toegankelijk zijn. Daarom sluiten we aan bij de Inclusie agenda. Stap één is het in kaart brengen van de huidige situatie. Dit doen we door samen met ervaringsdeskundigen te recreëren in Assen. Door te ervaren hoe mensen met een beperking iets ervaren, kan gekeken worden wat aangepast moet worden. Als actite onder andere het vormgeven van een inclusieve stadswandeling.	Kort	gemeente
Duurzaamheid stimuleren	Actief inzetten op het stimuleren van duurzaamheid in de sector. In kaart brengen van mogelijke (stimulerings)regelingen en samenwerkingsverbanden (bijv. reststromen, etc.)	Midden	gemeente, ondernemers
Zakelijk toerisme benutten	Samen met de sector verkennen we hoe de zakelijke markt nog beter bediend kan worden. Dit biedt kansen om naast toeristische overnachtingen het aantal zakelijke overnachtingen te verhogen.	Midden	Ondernemers

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang = 5 jaar

5.5 Algemene actiepunten

Naast de drie strategielijnen zijn er een aantal algemene actiepunten. Deze hebben vooral betrekking op de uitvoering van voorliggend actieplan.

Actie	Termijn	Trekker
Het aanstellen van een aanjager helpt om het actieplan tot uitvoering te brengen. De aanjager is de verbindende schakel tussen gemeente en de sector, helpt in de uitvoering en houdt samen met de ambtenaar de regie op de voortgang van het actieplan.	kort / doorlopend	Gemeente en ondernemers
Er wordt gekeken of een convenant opgesteld kan worden met TRP Assen, VVV, ViA om de uitvoering van het actieplan te waarborgen	kort	Gemeente, TRP, VVV, ViA
We vinden het belangrijk om in het verlengde van deze agenda en actieplan structureel overleg te hebben met elkaar. Daarom richten we een werkgroep op met daarin een afvaardiging van o.a. gemeente Assen, ViA, VVV, TRP. Ook het nieuw op te richten samenwerkingsverband tussen ondernemers (strategielijn 2) wordt hiervoor uitgenodigd.	Minstens drie keer per jaar	Gemeente, VVV, ViA, TRP
Structureel overleg (regio) partners	Minstens twee keer per jaar	Gemeente
Om de acties nog concreter uit te werken en in de tijd te zetten, stellen we elke twee jaar een concreet actieplan op met betrokkenen. Daarin worden afspraken gemaakt wat betreft uitvoering. De werkgroep ziet toe op de uitvoering.	Elke twee jaar	Gemeente, VVV, TRP
Elke twee jaar wordt een evaluatie uitgevoerd om voortang te monitoren en vervolgstappen te bepalen	Jaarlijks	Gemeente
Aan het einde van de doorlooptijd van deze agenda wordt een nieuwe monitor (Dashboard Impact Toerisme) uitgevoerd om de voortgang te monitoren en de vooruitgang in kaart te brengen.	Lang	Gemeente en ondernemers
Er wordt gekeken of een convenant opgesteld kan worden met TRP Assen, VVV, ViA om de uitvoering van het actieplan te waarborgen	kort	Gemeente, TRP, VVV, ViA

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang = 5 jaar

5.6 Organisatie en financiën

Hoe we samen de ambitie en uitvoering gaan realiseren

Uit de diverse gesprekken en bijeenkomsten die zijn gevoerd, kwam naar voren dat er een sterke behoefte is aan handvatten en regie wat betreft uitvoering. Deze agenda vormt dan ook een belangrijk middel om de maatregelen in verschillende strategielijnen met elkaar te verbinden en in gang te zetten. Om tot de uitvoering van de agenda te komen kiezen we voor een uitvoeringsvorm waarin overheid en sector gezamenlijk optrekken en sturen op heldere doelen en ambities. De verantwoordelijkheden tussen partijen zijn als volgt verdeeld:

- Rol gemeente: betrouwbare partner van bedrijfsleven die faciliteert, waar afgesproken financiert, verbindt en verantwoordelijkheid neemt in 'eigen' acties.
- Rol sector: ondernemen/investeren, samenwerken en mede uitvoering geven aan acties.

Belangrijke uitgangspunten in de uitvoering

Om succesvol aan de slag te gaan, zijn een aantal uitgangspunten belangrijk:

- Een gemeenschappelijk kader als basis. Deze agenda biedt dit kader en wordt door alle partijen gedragen. Ruimte voor flexibiliteit, evaluatie en bijsturing is hierbij wel belangrijk.
- Beoogde resultaten staan centraal. Acties en maatregelen in het actieplan zorgen ervoor dat overleggen resultaatgericht worden, waarbij het van belang is om successen te delen en te vieren.
- Voorkom vrijblijvende samenwerking. Uitvoering vraagt commitment van verschillende partijen. Door een heldere verantwoordelijkheidsverdeling dragen alle partijen bij.
- Zo veel mogelijk aanhaken op bestaande overlegstructuren. Deze waar nodig versterken.

Samenwerking tussen gemeente en vrijetijdssector en (regio) partners

Voor de uitvoering van het actieplan zullen de gemeente en ondernemers samen de schouders eronder moeten zetten. Het is daarom belangrijk om goede afspraken te maken en eventuele werkgroepen op te zetten gericht op de uitvoering van bepaalde actiepunten. De trekkers die per actie benoemd zijn, hoeven niet de enige partij te zijn die een actie oppakt. Door acties breed uit te zetten is de kans groot dat er en duurzame samenwerking ontstaat waarin gezamenlijk nieuwe initiatieven ontstaan. Het is hierbij belangrijk dat initiatieven vanuit de markt ontstaan. De gemeente heeft hierbij een faciliterende rol.

Financiën

Om gestelde ambitie te kunnen realiseren is het van belang dat de gemeente een passende rol aanneemt en slim samenwerkt met de sector. Daarnaast is voor bepaalde acties ook een uitvoerende rol nodig. Dit vraagt om voldoende tijd en middelen vanuit de gemeente.

Voor de uitvoering van voorliggende agenda en actieplan gaan we voor de periode 2022 – 2027 uit van een jaarlijks werkbudget. De middelen zijn bedoeld om ondernemers- en gemeente-initiatieven die aansluiten op de agenda en het actieplan te faciliteren en mede mogelijk te maken.

Om de opgestelde ambities te bereiken en de actiepunten naar behoren uit te voeren, is voldoende capaciteit noodzakelijk. De inschatting is dat hiermee voor de komende jaren extra capaciteit gemoeid is. Deze capaciteit verdelen we onder in twee profielen:

- **Structurele ambtelijke capaciteit vrijetijdseconomie (vte).** Betreffende ambtenaar houdt zich intern bezig met het uitvoeren van de agenda en het actieplan, legt de verbinding tussen de verschillende betrokken afdelingen, maar ook met ondernemers die plannen indienen. Daarnaast is de ambtenaar vte verantwoordelijk voor de afstemming met externen. Dit vraagt om circa 1 fte.

- **Aanjager**. De aanjager is de verbindende schakel tussen gemeente en de sector. Belangrijk is dat de aanjager vanuit de strategielijnen en de hoofdlijnen van het actieplan kan denken, maar ook hands on is en zelf actie onderneemt om punten uit het actieplan te agenderen, aan te jagen en uit te voeren. En hiermee een vliegwieleffect te creëren. De aanjager houdt samen met de ambtenaar de regie op de uitvoering. Dit vraagt om circa 0,5 fte.

Evalueren en successen delen

Er is veel energie gestoken in de ontwikkeling van voorliggende agenda en actieplan. Deze positieve energie willen we graag vasthouden. Niks is minder motiverend dan plannen die in de la belanden. We willen samen met de sector elke twee jaar de voortgang evalueren en monitoren. Successen delen we met elkaar en bedreigingen lossen we samen op.









Bijlagen



Bijlage 1: achtergrond doelgroepen

Gebruik Leefstijlvinder

Het bepalen van de doelgroepen wordt gedaan aan de hand van de Leefstijlvinder. De Leefstijlvinder beschrijft zeven doelgroepen, tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van MarketResponse. Uit dit onderzoek zijn zeven onderscheidende doelgroepen naar voren gekomen, namelijk Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht-, en Stijlzoekers. Deze doelgroepen zijn onderscheidend op het gebied van gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. ZKA Leisure Consultants is gecertificeerd partner van MarketResponse en kan hierdoor gebruik maken van de diepgaandere inzichten over de Leefstijlen.

Het model

De Leefstijlvinder is een model met twee verschillende assen:

- X-as: individueel vs. collectief;
- Y-as: introvert vs. extrovert;

Door deze assen te combineren ontstaan er vier kwadranten met ieder hun eigen kleur: rood, geel, groen en blauw:

- Rode kwadrant: mensen die vrijheid heel belangrijk vinden;
- Gele kwadrant: mensen die veel waarde hechten aan harmonie;
- Groene kwadrant: mensen die veiligheid als kernwaarde zien;
- Blauwe kwadrant: mensen die van controle houden.



De zeven leefstijlen

1

Plezierzoekers

Spontane, gezellige, impulsieve en eigenwijze mensen. 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. Plezier hebben in het leven staat op nummer één - een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

2

Harmoniezoekers

Hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. 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. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd - doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

3

Verbindingszoekers

Behulpzame, evenwichtige mensen die, bovenal, geïnteresseerd zijn in anderen. Gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' zijn 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?

4

Rustzoekers

Kalme, behulpzame, zachtaardige, gewone mensen. 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.






5

Inzichtzoekers

Bedachtzame, serieuze, evenwichtige, zakelijke mensen. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. Belangrijke waarden zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk en ze houden van informatie - ‘meten is weten’!



6

Stijlzoekers

Zelfverzekerde, doelgerichte, ondernemende mensen met een sterk karakter. Zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. 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!



7

Avontuurzoekers

Creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Intelligent en ondernemend en ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan. 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.



Bijlage 2: Samenvatting uitkomsten inwonersenquête

Draagvlak voor toerisme en recreatie

In totaal hebben 92 inwoners de enquête (deels) ingevuld. Hoewel dit geen volledige weerspiegeling is van alle inwoners uit Assen, geeft het een globaal beeld van de werkelijkheid.

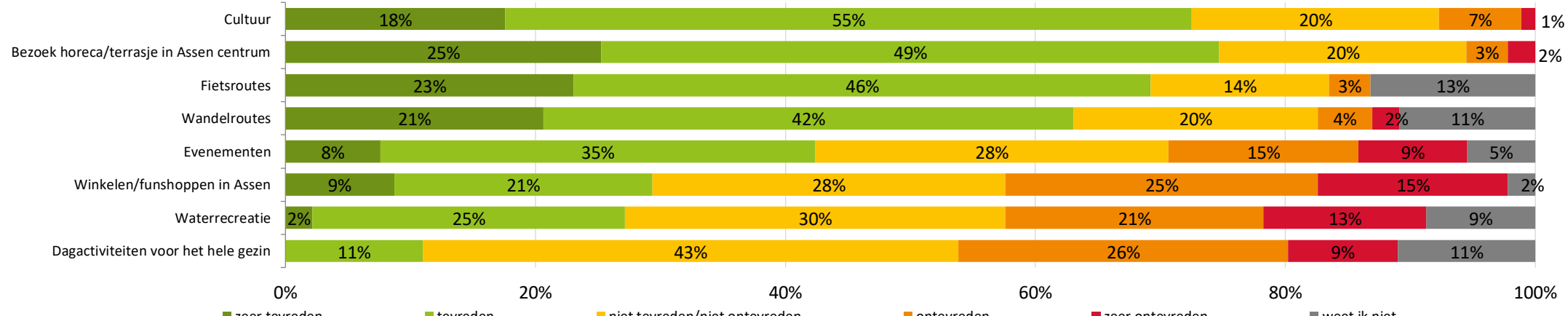
Uit de enquête blijkt dat inwoners in Assen overwegend tevreden zijn met het culturele aanbod, de horeca, fietsroutes en wandelroutes. Merendeel van de respondenten geeft aan nog niet tevreden te zijn over de evenementen, het centrum van Assen (winkelen), waterrecreatie en dagactiviteiten voor het hele gezin. Het versterken van de dagactiviteiten wordt gezien als het belangrijkste aandachtspunt voor Assen. Dit geldt voor zowel het centrum als voor dagactiviteiten voor het hele gezin. Ook het versterken van waterrecreatie wordt als iets belangrijks gezien.

Over het algemeen geldt wel dat toerisme en recreatie op draagvlak kunnen rekenen bij de lokale bevolking. Men geeft aan dat de sector voor zeer beperkte overlast zorgt. Daarnaast vindt 92% van de respondenten dat het aantal toeristen komende jaren verder mag stijgen. Meer mensen laten meeprofiteren van toerisme is hierbij een belangrijk aandachtspunt.

Vraag 1: Beschrijf in drie woorden wat de gemeente Assen bijzonder maakt (N=87)



Vraag 2: In hoeverre bent u tevreden met het vrijetijdsaanbod in de gemeente Assen? (N=92)

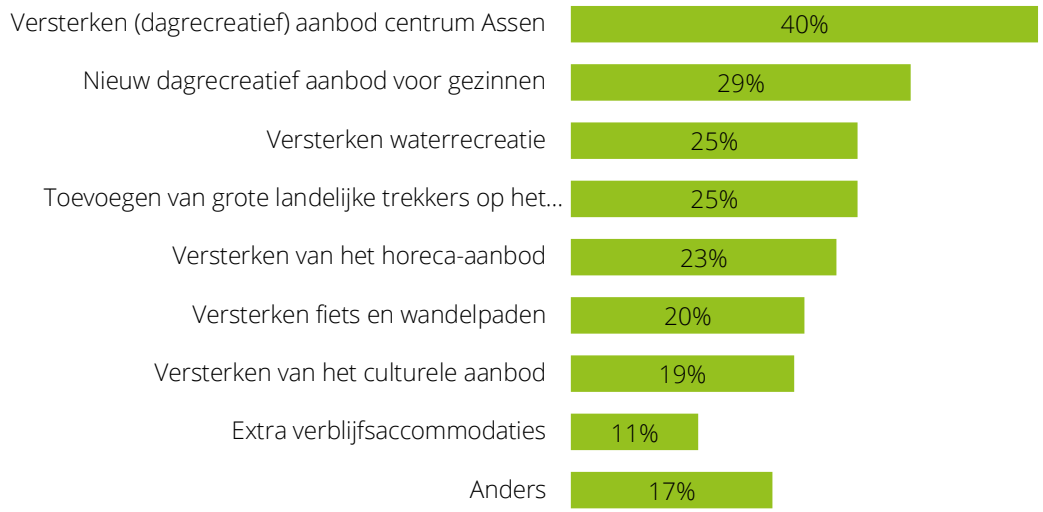


Vraag 3: Mist u nog bepaalde recreatieve voorzieningen in Assen?

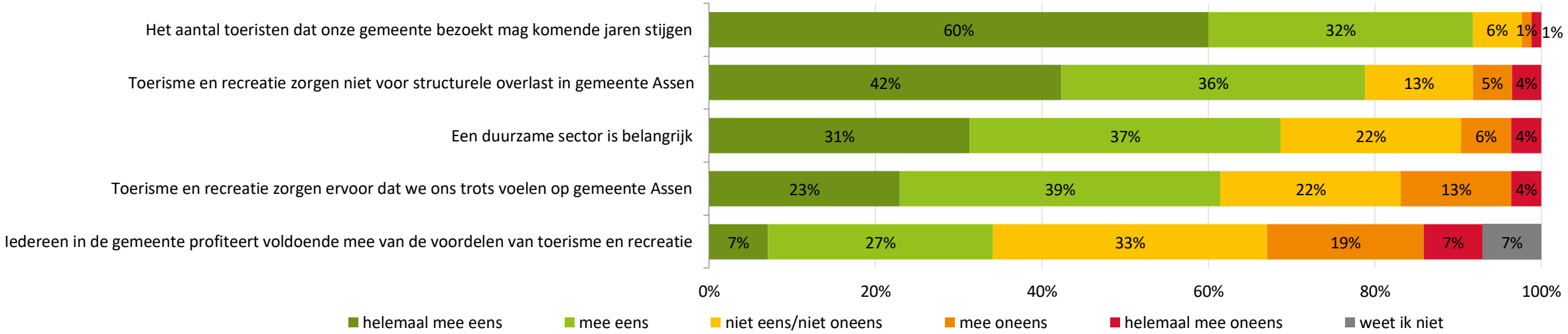
Veelgenoemde antwoorden:

- Aanbod voor jeugd en jongeren (bijv. pumptrackbaan)
- Horeca en basisfaciliteiten Baggelhuizerplas
- Verdekte dagrecreatie voor het hele gezin
- Openluchtzwembad
- Waterfiets- en bootjesverhuur
- Ontmoetingsplek voor oudere inwoners
- Bankjes langs het kanaal
- Uitgaansmogelijkheden voor jongeren
- Levendig centrum
- IJsbaan
- Fitnesslocatie in openlucht
- Lokale evenementen (buurtrommelmarkt, jaarlijkse rommelmarkt etc,)
- Speelfaciliteiten Asserbos

Vraag 4: Waar moet de nieuwe agenda volgens u aandacht aan geven? (N=85)



Vraag 5: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen (N=85)





Agenda en actieplan vrijetijdseconomie Assen 2022-2027

Gemeente Assen