

Actieplan Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 2021

Budget actieplan

In het actieplan zijn zowel de doorgeschoven acties als nieuwe acties opgenomen. Dat betekent dat het budget van 2021 met het doorschuifbudget is opgehoogd. Onderstaand schema geeft de opbouw van het budget weer.

Definitief doorgeschuifbudget vanuit 2020	€225.048
Budget 2021	€253.000
<i>Beschikbaar budget 2021</i>	€508.048

Binnen de Reserve Ontwikkeling Stad is er in de periode 2017 – 2021 jaarlijks €253.000 beschikbaar gesteld voor het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie. Er is €225.048 doorgeschoven naar 2021. Hiermee kunnen een aantal acties die in 2020 nog niet waren gerealiseerd in 2021 afgerond worden. Door corona zijn verschillende projecten on hold gezet en helemaal niet meer uitgevoerd.

Voor het komende jaar zal er een hoge mate van flexibiliteit nodig zijn. Enerzijds omdat de uitvoering van bepaalde projecten afhankelijk is van derden, zoals de provincie of de MRA. Anderzijds omdat de corona maatregelen zoals reisbeperkingen, effect hebben op de geplande acties.

Uitwerking per thema actieplan

Onderstaande uitwerking van de acties per thema bevat naast de inzet van uren soms ook inzet van geld vanuit het budget Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie (aangegeven met '€'). Daarnaast ligt het primaat van sommige acties bij andere teams, organisaties of overheden. In dit actieplan is niet meegenomen de inzet die vanuit vrijetijdseconomie nodig is in de verschillende gebiedsontwikkelingen zoals Nationaal Park Nieuw Land, Kust en Marker Wadden fase 2 of de processen rondom adviesverzoeken en de Economische Visie. Dit betreft de reguliere inzet van de beleidsadviseurs Vrijtijdseconomie.

1. Bereikbaarheid

Doelen:

- Verbeteren wayfinding en (digitale) informatievoorziening
- Lelystad is goed bereikbaar via het spoor, het water, de weg en de lucht

Nr.	Actie
1.1	Toeristische bewegwijzering - Autobewegwijzering bruin-witte bebording
1.2	Stimuleren gebruik recreatieve netwerken. - Werkgroep routes (€) - E-bike netwerk met de MRA - Nieuw Toeristische Overstap Punt (TOP) (Natuurpark/Buitengebied) (€)
1.3	Verbetering digitale informatievoorziening - Tijdelijke aanpak fysieke plekken (€) - Website visitLelystad content en lancering (€)

2. Beschikbaarheid

Doelen:

- Vergroten attractiedichtheid
- Kwalitatieve toename in aantal verblijfsaccommodaties
- Vervolg 'business case regionale versterking kust Flevoland-Lelystad'
- Meer aandacht voor innovatie in vrijetijdssector in Lelystad

	Actie
2.1	Uitvoering programmeringsstrategie Stadshart - Street art event 2021 (€)
2.2	Uitvoering en faciliteren programmeringsstrategie Natuurpark - Verbeteren bereikbaarheid fietsers
2.3	Uitvoering programmeringsstrategie Lelystad Airport gebied - Pilot grootschalige evenementen MRA
2.4	Uitvoering programmeringsplan Bataviakwartier - Pop-up Batavia Stad (€)
2.5	Uitvoering programmeringsplan Werkeiland - Ontwikkeling Oostvaardersdijk 15 (€) - Fase 2 projectplan Batavialand (€)

	- Verkenning Gemaal Wortman beleving (€)
2.6	Realisatie Poort Oostvaardersplassen Lelystad
	- Werkgroep marketing communicatie
2.7	Knardijk recreatieve route verkenning (€)
2.8	Uitvoeren acquisitiecampaagne vrijetijdseconomie
	- Poort Lelystad, werkgroep marktinitiatieven
	- Bataviakwartier (€)
2.9	Opstellen verblijfsaccommodatiestrategie Lelystad
2.10	Doorontwikkeling camperplaatsen Houtribhoekstrand (€)
2.11	Herstelplan horeca en Horecabeleid (€)
2.12	Stimuleren innovatie, samenwerking en ontwikkeling vrijetijdssector door onder andere webinars, netwerkbijeenkomsten (€)
2.13	Verkenning tijdelijke accommodaties tbv Floriade in Lelystad (€)

3. Beleving

Doelen:

- 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
- Inzetten van themajaren

Nr.	Actie
3.1	Voortzetten stimuleringsregeling toeristische activiteiten of producten (€)
3.2	Aanhaken op thema Nederland Waterland van NBTC ism Visit Flevoland
3.3	Tulpenroute Flevoland ondersteunen (€)
3.4	Aanhaken 'Ode aan het Landschap'
3.5	Aanhaken productbudget Amsterdam Bezoeken Holland Zien
	- faciliteren nieuwe producten (€)
3.6	Project motie Schildjes op beeldbepalende panden/objecten (€)
3.7	Provinciaal Project Vergane Schepen: 1 of 2 locaties (€)
3.8	Realisatie doorkijkframes inclusief NAP-peil (€)
3.9	Evenementenbeleid

4. Bekendheid

Doelen:

- Het inzetten van inwoners van Lelystad als ambassadeurs voor de stad
- Het promoten van de toeristische gebieden binnen het verhaal van Lelystad
- Het verzamelen van data ten behoeve van gerichte marketing
- Gezamenlijke marketing en promotie

Nr.	Actie
4.1	Monitoring data toerisme en recreatie
	- Deelname Zicht op Data en Visitor Data pilot 1 jaar (€)
4.2	Toeristische marketingcampagne 2021 inclusief productontwikkeling (€)
4.3	Opstellen toeristische marketingvisie en -strategie incl. meerjarenplan (€)

5. Organisatie en samenwerkingsverbanden

Doelen:

- Het realiseren van een coalitie van partners die belang hebben bij een bloeiende vrijetijdseconomie in Lelystad
- Het voortzetten en aanhaken op regionale samenwerking

Nr.	Actie
5.1	Voortzetten samenwerkingsverbanden in het kader van de MRA (evenementenstrategie, verblijfsaccommodatiestrategie, leisure strategie, werkgroep en programmteam toerisme)
5.2	Gebiedsgerichte aanpak New Land MRA gekoppeld aan perspectief bestemming Flevoland 2030 district MRA (€)
5.3	Lidmaatschap Metropool Amsterdam Club samen met Economie (€)
5.4	De deelname aan Amsterdam Cruise Port voortzetten irt riviercruises en evalueren (€)
5.5	Samenwerking Provincie intensiveren - deelname programmteam Perspectief Bestemming Flevoland - opstellen meerjarenplannen Perspectief bestemming Flevoland verhaallijnen en districten

6. Financiën

Doelen:

- Gemeentelijke middelen worden op een zo efficiënt en duurzaam mogelijke manier ingezet
- Investeren in de vrijetijdssector

Nr.	Actie
	geen

7. Onderwijs en arbeidsmarkt

Doelen:

- Het verbeteren van de gastvrijheid door in samenwerking met onderwijs naar stimuleringsmogelijkheden te zoeken
- Beter aanhaken op het hospitality vraagstuk in de regio
- Meer gebruik maken van de innovatieve denkkraft van studenten
- De vrijetijdssector inzetten om de instroom naar (duurzaam) werk te vergroten

Nr.	Actie
7.1	Samenwerking met Windesheim en NHL Stenden verkennen

Overige kosten

Naast budget voor investeringen op bovenstaande thema's is het gewenst om budget te reserveren voor communicatie omtrent de ontwikkelingen en inspanningen vanuit de gemeente op dit thema. Dit zijn zowel uren als out-of-pocket. Tevens is er inhuur nodig voor de uitvoering van projecten en zijn er kosten voor de herijking van het UVP VE.