

Toekomstperspectief Recreatie en Toerisme gemeente Arnhem



Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, september 2025

Opdrachtgever

Gemeente Arnhem

Mevr. A. (Anoek) Petit

Auteurs

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Mevr. E. (Ellen) Ruiters

Mevr. A. (Annemiek) Riefel

Mevr. R. (Rozemarijn) Pool

Mevr. F (Fleur) Brinkmann

Foto's:

Visit Arnhem en Gemeente Arnhem



Voorwoord

Arnhem is een stad waar je kunt ontspannen in het groen, cultuur kunt beleven, nieuwe energie kunt opdoen en waar ruimte is voor ontmoeting. Dat is niet vanzelfsprekend in een stad die groeit. De komende jaren komen er duizenden woningen bij, en daarmee ook nieuwe inwoners en meer bezoekers. Dat is goed nieuws, want onze stad leeft. Maar het vraagt ook iets van ons. Want de druk op natuur, openbare ruimte en voorzieningen neemt daardoor ook toe.

Dat vergt een duidelijke toekomstvisie voor recreatie en toerisme. Dat is dit Toekomstperspectief Recreatie en Toerisme. We leggen vast wat we belangrijk vinden: vrije tijd moet voor iedereen toegankelijk en betaalbaar zijn. Voor Arnhemmers, voor ondernemers én voor bezoekers. Recreatie en toerisme zijn geen luxe, maar een basisvoorziening. Ze dragen bij aan een gezonde stad, een sterke lokale economie en een prettige leefomgeving.

Of je nu een weekend komt logeren, naar een van onze prachtige culturele bezienswaardigheden komt of gewoon in je eigen wijk de natuur opzoekt: Arnhem is een stad met karakter. Groen, creatief en vrij. Een stad waar we trots op zijn, en die we graag delen met anderen.

We zijn blij dat zoveel inwoners en ondernemers via een enquête hun ideeën en zorgen hebben gedeeld. Het laat zien hoe belangrijk vrije tijd is voor Arnhem. Ook de komende jaren blijven we graag samen optrekken. We willen weten wat onze wijken bijzonder maakt, hoe we nog beter kunnen aansluiten bij de diversiteit van onze stad en inwoners, en hoe we bezoekers beter kunnen spreiden. Zodat iedereen van Arnhem kan genieten. Alleen samen zorgen we voor een evenwichtig, toegankelijk en toekomstbestendig vrijetijdsaanbod.

Nermina Kundić
Wethouder Recreatie en Toerisme



Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	6
1.1	Aanleiding.....	6
1.2	Participatie en methode	6
2	SWOT Analyse: recreatie en toerisme in Arnhem.....	8
3	Toekomstbeeld	10
3.1	Waar zetten we op in?	10
3.2	Wat gaan we doen?	12
4	Speerpunten.....	14
4.1	Ruimte voor recreatie	14
4.2	Routes en recreatieve verbindingen.....	15
4.3	Verblijfsrecreatie	17
4.4	Ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod	18
4.5	Zichtbaarheid en positionering.....	19
4.6	Randvoorwaarden voor succes	20
	Bijlage I – Definities en afbakening.....	22
	Bijlage II – Participanten	23
	Klankbordgroep	23
	Verkennde gesprekken.....	23
	Balanstafel.....	23
	Bijlage III – Analyse.....	24
	Het DNA van Arnhem.....	24
	Huidige situatie: de Arnhemse vrijetijdssector.....	24
	Inwoners positief over Arnhem en vrijetijdssector	27
	Hoe ondernemers erin staan	28
	De vrijetijdssector van Arnhem in de toekomst	28





1 Inleiding

Recreatie en toerisme¹ zijn essentieel voor Arnhem. Ze maken onze stad aantrekkelijk en fijn om in te wonen én te bezoeken. Voldoende recreatiemogelijkheden zorgen voor een gezonde en prettige leefomgeving. Hoewel er de afgelopen jaren al veel is bereikt, vragen de komende uitdagingen om een duidelijk toekomstperspectief.

1.1 Aanleiding

Recreatiemogelijkheden bieden ontspanning, plezier en nodigen uit om te bewegen, elkaar te ontmoeten en samen van de stad te genieten. De vrijetijdssector draagt stevig bij aan het imago van Arnhem als aantrekkelijke stad om te bezoeken en in te wonen, ondernemen, werken en studeren. Recreatie en toerisme leveren ook een belangrijke bijdrage aan onze economie. Toeristen besteden jaarlijks zo'n 19 miljoen euro in Arnhemse winkels en horeca (bron: KSO, 2023). Daarnaast is 9% van de banen en 7% van de bedrijven in de stad verbonden aan recreatie en toerisme, vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde (bron: LISA, 2024).

De vrijetijdssector helpt om ons cultureel en natuurlijk erfgoed te behouden. Leegstaande panden krijgen een nieuwe functie, bijvoorbeeld als B&B, galerie of bezienswaardigheid. Omdat toeristen gebruik maken van voorzieningen heft gemeente Arnhem toeristenbelasting. Tot slot bieden recreatie en toerisme oplossingen voor opgaven die op Arnhem afkomen, zoals de groei van onze stad, de gezondheid van Arnhemmers, leegstand en de druk op de leefbaarheid van onze wijken, onze leefomgeving en natuur. Al jaren gebeurt er van alles in Arnhem op het gebied van toerisme en recreatie, zo is er ingezet op:

- Het op de kaart zetten van Arnhem als meerdaagse bestemming;
- Het levend houden van de herinnering aan de Slag om Arnhem;

- Het verbeteren van landschap en natuur in parken en bossen;
- Het aanleggen van een wandel- en fietsnetwerk;
- Het realiseren van belevingsobjecten in Veluwe verband;
- Het creëren van verhaallijnen in de Groene Metropoolregio.

Als gemeente willen we een actieve rol pakken in het verder ontwikkelen van recreatie en toerisme in de stad. Door beter samen te werken, richting te geven én middelen beschikbaar te stellen, kunnen we het succes van de vrijetijdssector verder versterken met oog voor balans met natuurbehoud. In dit toekomstperspectief geven we invulling aan die rol en het bijbehorende beleid.

Omgevingsvisie

Eind 2023 is de Omgevingsvisie Arnhem 2040 vastgesteld. Het is een integrale visie van de fysieke leefomgeving met keuzes in hoe we onze ruimte gebruiken en verdelen, en schetst een toekomstbeeld voor de stad. Dit Toekomstperspectief Recreatie en Toerisme is een uitwerking van de omgevingsvisie.

1.2 Participatie en methode

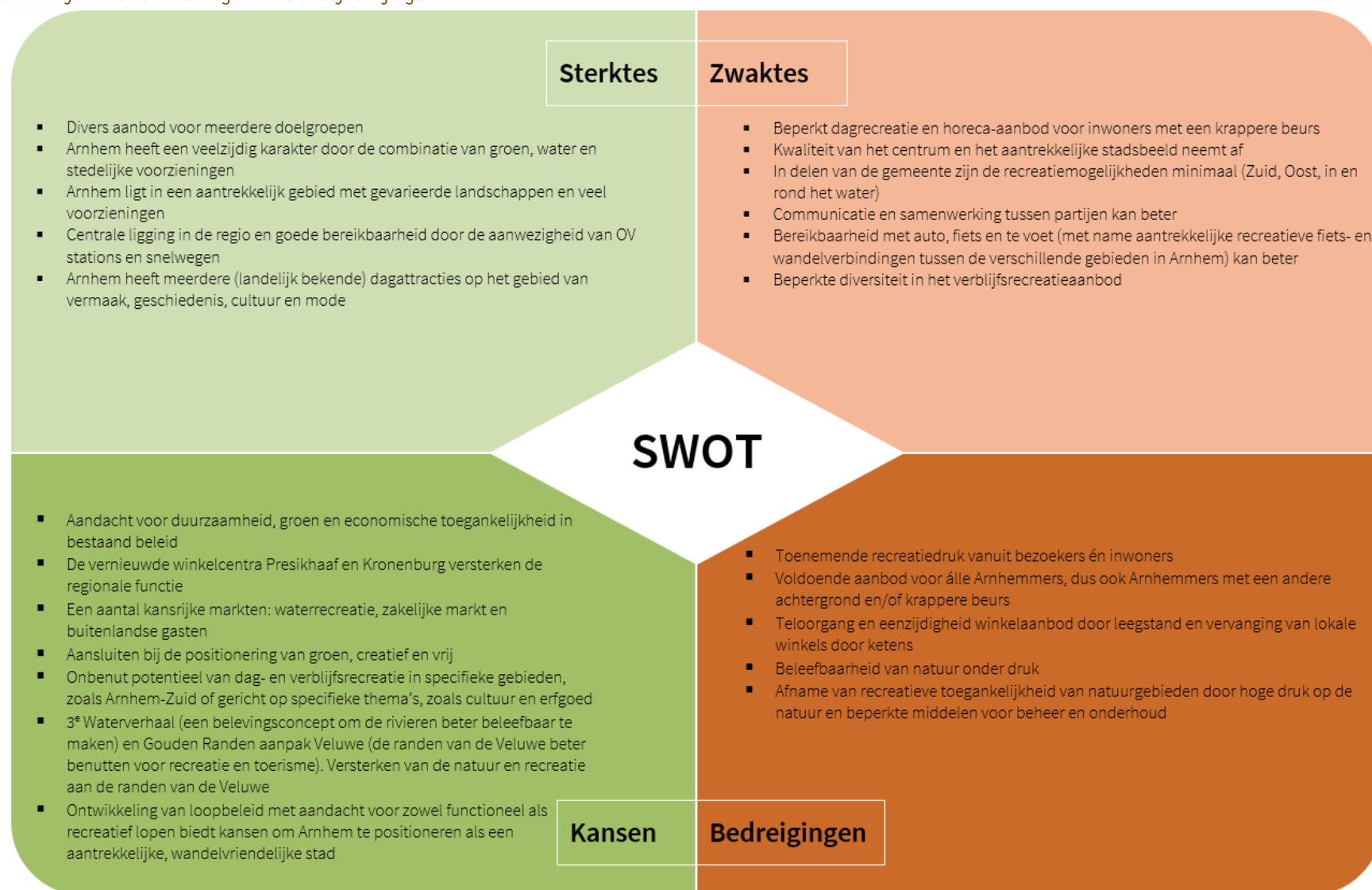
Voor dit toekomstperspectief hebben we input opgehaald van veel Arnhemmers en betrokken partijen en deden we deskresearch. We hebben een vragenlijst uitgezet onder ondernemers en inwoners. Daarnaast hebben we diverse gesprekken gevoerd met uiteenlopende partijen. Naast twee klankbordgroep bijeenkomsten met een afvaardiging van de sector hebben we ook een brede stakeholdersbijeenkomst georganiseerd voor alle belanghebbenden. In bijlage II leest u wie we hebben betrokken.

¹ In bijlage I staat een overzicht met gehanteerde definities en afbakeningen.



2 SWOT Analyse: recreatie en toerisme in Arnhem

Vanuit alle verschillende bronnen, gesprekken en bijeenkomsten is veel informatie opgehaald. Hieronder staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen in een SWOT-analyse. Zie voor de uitgebreide analyse bijlage III.





3 Toekomstbeeld

Het is een zomerse zaterdagochtend in 2040. Ik woon in Arnhem-Zuid en begin mijn dag met een ommetje richting het centrum. Via de voetgangersbrug wandel ik over de Nederrijn. Rechts strekt het Rivierklimaatpark zich uit. Links zie ik hoe de eerste kano's en supboards het water opgaan. Arnhem-Zuid is de afgelopen jaren merkbaar aantrekkelijker geworden, mede dankzij de aanleg van nieuwe routes. Ik mocht daarover meedenken via een inwonersonderzoek, dat maakt me nog trotser op mijn wijk. En ik ben niet de enige: steeds meer mensen ontdekken Arnhem-Zuid. De sfeer, de ruimte en de nabijheid van het water maken het tot een leuke bestemming.

Langzaam wordt de stad wakker. In Rijnpark lopen Arnhemmers hun ochtendrondje en kinderen spelen in het park. Het belooft een mooie dag te worden. Vanmiddag ga ik met vrienden naar een festival op het erf van een oude boerderij aan de stadsrand. Eén van die plekken waar je even helemaal weg bent, midden in het groen. Ook vorig jaar was het festival druk bezocht, met veel mensen van buiten Arnhem. Dat zie je wel vaker tegenwoordig: bezoekers weten Arnhem steeds beter te vinden. En ze blijven langer, lijkt het wel. De stad heeft ze genoeg te bieden. Ook vrienden uit de Randstad zijn dit weekend in Arnhem. Ze slapen in een B&B in Presikhaaf: gemoedelijk, multicultureel en anders dan anders, precies wat ze zoeken.

Gisteren ben ik nog bij het recreatiestrand in Meinerswijk geweest. Zon, zand en stadsnatuur, allemaal op fietsafstand. Wat ooit een stil stuk uiterwaard was is door een paar Arnhemse ondernemers ontwikkeld tot een levendige plek aan het water. Het is uitgegroeid tot een populaire hotspot.

In de binnenstad komt alles intussen op gang. De markt loopt vol, musea openen hun deuren, terrassen worden ingericht. Inwoners en bezoekers mengen zich moeiteloos. Arnhem leeft. En het mooie is: je voelt je hier altijd welkom. Of je hier nu woont, onderneemt of even langskomt.

3.1 Waar zetten we op in?

Arnhem: een stad in beweging

Arnhem is in beweging. We groeien als stad: er komen duizenden woningen en inwoners bij en ook het aantal dagbezoekers en verblijfstoeristen neemt toe. Onze stad leeft. Tegelijkertijd merken we dat die groei ook iets vraagt. Meer mensen betekent ook meer behoefte aan ruimte voor ontspanning, ontmoeting, natuur, cultuur en plezier. En juist dat staat onder druk. Natuurgebieden raken voller, want we recreëren graag in de buitenlucht. Bezoekers en bewoners trekken naar dezelfde hotspots. Dat willen we veranderen, ook omdat die andere delen vaak veel minder kwetsbaar zijn.

Ruimte voor ontspanning, voor iedereen in de stad

Wie in Arnhem woont, onderneemt of werkt, weet hoe rijk de stad is aan mogelijkheden om eropuit te gaan. We hebben een gevarieerd aanbod aan dagrecreatie, cultuur, horeca en winkels. Toch merken veel Arnhemmers dat dit aanbod zich vooral concentreert in Arnhem-Noord en het centrum. Dat gaan we aanpakken. We willen meer diversiteit in voorzieningen én ondernemingen door de hele stad, zodat er overal wat te beleven is, bezoekers zich beter verspreiden en ondernemers de ruimte krijgen om kansen te grijpen.

Wat in Arnhem nog onderontwikkeld is, zijn onder andere boetiekhotels en natuurluisjes. Het verblijfsaanbod is nu te eenzijdig. Meer variatie zorgt voor meer levendigheid, houdt bezoekers langer vast en versterkt onze lokale economie.

Arnhem is groen, creatief en vrij

Groen door onze ligging aan de Veluwe én het vele stedelijke groen, van parken tot uiterwaarden. Creatief dankzij ons diverse karakter, het rijke kunst- en cultuuraanbod en plekken als het Modekwartier. En vrij, omdat je hier mag zijn wie je bent én door de geschiedenis van de stad, die nog altijd zichtbaar is in sporen van de oorlog en bevrijding.

Als stad zijn we een populaire bestemming voor mensen uit de regio die komen voor cultuur, horeca of om te winkelen. Dat is een rol waar we trots op zijn, maar die vraagt wel wat van ons. We hebben een aantrekkelijke en toegankelijke binnenstad nodig om onze positie te behouden. Niet alleen voor bezoekers, maar juist ook voor onszelf.

Toekomstbeeld: een stad die uitnodigt

Arnhem is een stad waar je volop de ruimte krijgt om te ontspannen, te bewegen en nieuwe dingen te beleven, of je hier nu woont of op bezoek bent. We gunnen iedereen een stad die bruist. Met recreatiemogelijkheden dichtbij huis. Met een binnenstad die blijft verrassen en natuur die je beleeft én respecteert. We vinden dat vrije tijd voor iedereen toegankelijk en betaalbaar moet zijn, ongeacht achtergrond of beschikbare middelen. Vrijtijdsbesteding is voor ons geen luxe, maar een basisvoorziening.

In 2040 draagt toerisme en recreatie in Arnhem bij aan een gezonde stad: met een sterke lokale economie, een goed ondernemersklimaat en fijne leefomgeving voor iedereen. Er is ruimte om te ondernemen én ruimte voor groeiend bezoek, maar met oog voor balans. Voor onze natuur, onze wijken én onze toekomst. We willen geen massatoerisme, maar bezoekers die de stad écht willen ontdekken en respectvol omgaan met onze leefomgeving, waarbij we ook de intrinsieke waarden van dieren erkennen.

Of je nu komt voor een weekendje weg of een congres: we zijn een stad met karakter. Een stad waar we trots op zijn en die we graag laten zien aan anderen. Samen met onze inwoners en ondernemers bouwen we aan een (nog) omvangrijker, veelzijdiger, toekomstbestendiger en toegankelijker vrijetijdsaanbod.



3.2 Wat gaan we doen?

Om dit toekomstbeeld waar te maken gaan we de komende jaren aan de slag met de volgende speerpunten. In hoofdstuk 4 hebben we de speerpunten uitgewerkt.

Speerpunt	Wat gaan we doen?	Met welk doel?
1	Ruimte voor recreatie Bij nieuwe woningbouwprojecten en gebiedsontwikkelingen wordt bewust ruimte gemaakt voor ontmoeting en recreatie.	Recreatie (beter) verankeren in ruimtelijk beleid, zodat Arnhemmers en bezoekers nu en in de toekomst voldoende ruimte hebben om te recreëren in de stad
2	Routes en recreatieve verbindingen We maken het makkelijker en leuker om Arnhem te ontdekken te voet, op de fiets, met het OV of de auto. We verbeteren de routes en zorgen dat ze aantrekkelijk en duidelijk zijn.	Een beter netwerk van recreatieve routes ontwikkelen en onderhouden
3	Verblijfsrecreatie We zetten in op meer en gevarieerder aanbod voor meerdaags verblijf, passend bij ons DNA. We hebben aantrekkelijke vakantieparken die worden gebruikt waarvoor ze bedoeld zijn.	- Het verblijfsrecreatieaanbod verbeteren - Bezoekers stimuleren langer te blijven
4	Ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod We laten recreatie ten goede komen aan de hele stad. Zo verdelen we de drukte beter én krijgt elke wijk de kans om te bloeien. Met ondernemers en inwoners bouwen we aan een aantrekkelijk vrijetijdsaanbod voor Arnhemmers en onze gasten.	- In alle wijken zijn er voldoende mogelijkheden voor recreatie - Bezoekers spreiden zich over de stad - Ondernemers hebben voldoende mogelijkheden om in te spelen op kansen uit de markt - We behouden onze positie als fijne plek om te recreëren voor inwoners uit de regio
5	Zichtbaarheid en positionering We laten zien wie we zijn: een groene, creatieve en vrije stad op de Veluwe én in de Groene Metropoolregio. In de toeristische profilering trekken we samen op.	- Arnhemmers en bezoekers weten waar Arnhem voor staat en wat de stad aantrekkelijk maakt - Arnhem duidelijk neerzetten als bestemming voor (meerdaags) verblijf; toeristisch en zakelijk



4 Speerpunten

Arnhem kan meer halen uit recreatie en toerisme. Dat begint dichtbij: met meer mogelijkheden om te ontspannen en bewegen, direct vanuit je eigen voorkeur. Tegelijk willen we bezoekers beter spreiden over de stad én verleiden om langer te blijven. Daarvoor richten we ons op gebieden die nu nog minder worden bezocht – zoals Arnhem-Zuid – én met gerichte promotie zorgen we dat Arnhemmers en bezoekers ook andere kanten van Arnhem leren kennen. Zo bouwen we samen aan een levendige en gastvrije stad.

We werken aan de volgende speerpunten om onze doelen te bereiken:

1. Ruimte voor recreatie
2. Routes en recreatieve verbindingen
3. Verblijfsrecreatie
4. Ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod
5. Zichtbaarheid en positionering

4.1 Ruimte voor recreatie

Waar willen we naartoe en waarom?

Arnhemmers – en Nederlanders in het algemeen – trekken er steeds vaker op uit. We zoeken de natuur en het water op om te ontspannen en genieten. Daardoor neemt de druk op onze recreatieruimte² toe. Die ruimte wordt bovendien schaarser. Arnhem groeit: er wordt volop gebouwd, het aantal inwoners en bezoekers stijgt en natuurgebieden raken steeds voller. Ook plannen van terreinbeheerders – de organisaties die natuur- en recreatiegebieden beheren en beschermen – hebben invloed op de beschikbare ruimte. Door ecologische druk en beperkte beheercapaciteit kiezen terreinbeheerders, niet alleen in Arnhem maar door heel Nederland,

² Onder recreatieruimte verstaan we de groenblauwe ruimte die wordt bezocht met het motief om te recreëren in de natuur, maar ook stedelijke recreatieplekken behoren hiertoe.

vaker voor het beperken of terugdringen van recreatie in kwetsbare natuurgebieden.

Recreatieve ruimte is onmisbaar voor de leefkwaliteit van Arnhemmers en voor de aantrekkingskracht van Arnhem als toeristische bestemming. Daarom onderstrepen we het belang van voldoende recreatieruimte per inwoner. Als we in 2040 hetzelfde aanbod van (opengestelde) recreatieruimte per inwoner willen behouden, is er 24 m² extra toegankelijk en beleefbaar groen per inwoner nodig. Rekening houdend met de bevolkingsgroei betekent dit een totale opgave van 450 hectare (bron: berekeningen op basis van Ruimte voor recreatie op de Veluwe, 2025). Op basis van deze uitgangspunten stellen we een referentienorm op. Deze norm dient als richtlijn en wordt telkens meegewogen in de integrale afweging van belangen en functies in de stad (als onderdeel van de Arnhemse Ruimtebalans). De toepassing van de norm kan per gebied verschillen, afhankelijk van de lokale behoefte en omstandigheden. We richten ons daarbij op multifunctioneel ruimtegebruik: bestaande ruimten die al een andere functie hebben, worden ook toegankelijk en beleefbaar gemaakt voor recreatie. Dit doen we vooral in gebieden waar de natuur minder kwetsbaar is. Te denken valt aan schouwpaden bij rivieren en watergangen, recreatieve activiteiten bij de boer, en routes langs volkstuinen, sportterreinen en bedrijventerreinen. Bij de belangenafweging nemen we (naast het wettelijk kader) ook het erkennen van de intrinsieke waarden van de natuur en de dieren die daarin leven en dierenwelzijn mee.

Wat gaan we doen?

We gaan nieuwe recreatieplekken ontwikkelen op geschikte plekken. Recreatie en toerisme vragen ruimte, maar die kunnen we slim creëren door functies te combineren, bijvoorbeeld met het groen en water in de stad. Denk aan agrotourisme: fietsen of wandelen door het agrarisch gebied, kamperen bij de boer en de verkoop van streekproducten. Bij nieuwe woningbouwprojecten en

gebiedsontwikkelingen hebben we – aan de voorkant – aandacht voor de recreatiemogelijkheden. Dat klinkt logisch maar is nu nog niet vanzelfsprekend. Zo zorgen we dat iedereen – Arnhemmers én bezoekers – genoeg ruimte heeft om te recreëren, nu en in de toekomst, en spreiden we de druk³.

Kwaliteitskader

We gaan recreatie beter verankeren in ruimtelijk beleid en planvorming. We werken aan een kwaliteitskader voor recreatie en toerisme. Nieuwe ontwikkelingen moeten zorgen voor meer variatie én een fijnere leefomgeving.

Kansenkaart recreatie en toerisme

We willen dat de hele stad voordeel heeft van recreatie en toerisme: ondernemers verdienen een goede boterham en inwoners genieten van de levendigheid in hun wijk. Dat vraagt een betere spreiding van recreatieve voorzieningen, bedrijven en bezoekers. Het meeste aanbod ligt nu in de binnenstad en Arnhem-Noord. In Arnhem-Zuid is in verhouding minder te doen, althans dat gevoel leeft. Er zijn recreatieve mogelijkheden in Arnhem-Zuid, maar de omvang en bekendheid is te beperkt. Hier wordt al aan gewerkt, maar er is meer nodig. We ontwikkelen een kansenkaart voor recreatie en toerisme, gekoppeld aan ‘zonering’. Daarbij hebben we ook aandacht voor evenementen: veel evenementen worden in de binnenstad of enkele parken georganiseerd. Er is genoeg ruimte in de stad om dat beter te spreiden en reuring te creëren in andere wijken. Evenementen dragen bij aan een aantrekkelijke stad en langer verblijf.

Beleefbaar groen

Arnhem is een groene stad en daardoor aantrekkelijk voor mens én dier. Het groen in en om de stad is niet alleen een mooi decor, maar essentieel leefgebied voor planten en dieren. Door middel van zonering⁴ spreiden we

bezoekers en beschermen we de natuur. En we ontwikkelen (groene) uitloopgebieden met recreatiemogelijkheden, met name in gebieden waar de natuur minder kwetsbaar is.

Waterrecreatie verdient aandacht

De mogelijkheden voor recreatie op en in het water zijn in Arnhem te beperkt. Er zijn geen officiële zwemplekken, terwijl mensen toch in de rivier zwemmen, met onveilige situaties tot gevolg. Op dit moment is er ook waterrecreatie in de nabijheid van zware industrie, wat een onwenselijke situatie is. We creëren meer ruimte voor waterrecreatiemogelijkheden in Arnhem met passende voorzieningen op geschikte locaties.

4.2 Routes en recreatieve verbindingen

Waar willen we naartoe en waarom?

We maken het makkelijker en leuker om Arnhem te ontdekken te voet, op de fiets, met het OV of de auto. We verbeteren de routes en zorgen dat ze aantrekkelijk en duidelijk zijn. Arnhem ligt centraal in een populaire regio voor vakanties en dagjes uit. Met stad, groen en water biedt de stad volop variatie. Goede routes en verbindingen zorgen dat bezoekers die veelzijdigheid echt ervaren én zich beter verspreiden over de stad. Arnhem heeft de ambitie om in 2040 dé loopstad van Nederland te worden (bron: concept Loopbeleid, Arnhem#VoordeVoetganger, gemeente Arnhem, 2025).

Wat gaan we doen?

We bouwen aan een netwerk van recreatieve routes dwars door de stad, met aansluiting op de Veluwe en het rivierengebied. Nu ontbreken aantrekkelijke verbindingen, vooral van zuid naar noord en tussen wijken, bedrijven en

³ We zoeken hiervoor de aansluiting met de Gouden Randen aanpak van de Veluwe (bron: Regio Deal Veluwe, 2023) en het Derde Waterverhaal (bron: Het Derde Waterverhaal, 2024).

⁴ Gekoppeld aan het groenblauwe raamwerk en de omgevingsvisie. In lijn met de recreatiezonering van de Veluwe, maar kwalitatiever van aard. Intensiteit van de recreatievormen en typen in relatie tot o.a. de natuurwaarden en draagkracht van het gebied.

voorzieningen. Door de routes te koppelen aan het groenblauwe⁵ raamwerk maken we ze aantrekkelijk voor inwoners en bezoekers. We denken aan:

- **Meer en betere fiets- en wandelroutes** om gemakkelijk en plezierig Arnhem te ontdekken.
- **Routes voor verschillende vervoersmiddelen** zoals mountainbikes, elektrische fietsen en gravelbikes, zodat er voor verschillende type Arnhemmers en bezoekers aanbod is.
- **Prachtige routes langs en over het water** voor een unieke recreatie-ervaring.
- **Betere fysieke verbindingen**, zoals veerponten en nieuwe of verbeterde voetgangers- en fietsbruggen en tunnels, zodat je makkelijker en veiliger van A naar B komt.
- **Een aantrekkelijke verbinding tussen Park Sonsbeek en het stadscentrum**, zodat je op een mooie manier van groen naar stad loopt of fietst.
- **Wandelroutes door de parken**, om de recreatiemogelijkheden vanuit de voordeur te vergroten voor Arnhemmers.
- **Duidelijke en aantrekkelijke routebegeleiding**, met digitale en fysieke verwijzingen naar bezienswaardigheden en bijzondere plekken, zodat je niets mist.
- **Aansluiting op nieuwe recreatiegebieden rondom Arnhem**, om de recreatiedruk te spreiden.
- **Mooie routes door de stuwwal, landgoederen en het rivierengebied**, zoals Meinerswijk en het Romeins Castellum, om meer ruimte voor recreatie te creëren voor Arnhemmers en bezoekers en ondernemers de gelegenheid te geven hierop in te springen.

Veel vervoersmiddelen maken gebruik van dezelfde paden, waardoor het soms op bepaalde plaatsen te druk wordt. We gaan een plan schrijven om

knelpunten op te lossen en de route infrastructuur te verbeteren. Daarbij zetten we in op:

- Het koppelen van bestaande netwerken aan elkaar.
- Het aantrekkelijker en beleefbaarder maken van de bestaande routenetwerken.
- Waar mogelijk het autoluw maken van paden en vervoersmiddelen scheiden.
- Het aantal kilometers routenetwerk vergroten.
- Zichtbaarheid en bekendheid van de routes, zowel in het veld als digitaal.
- Borgen van het beheer en onderhoud.
- Eenduidige en goed onderhouden routes in de hele stad, zodat je als wandelaar, fietser of anderszins weet waar je aan toe bent en kunt rekenen op kwaliteit.

Mobiliteit en bereikbaarheid

De bereikbaarheid met auto en fiets is ook een aandachtspunt voor Arnhem⁶. Voor bezoekers van buitenaf is het op 'piekmomenten' lastig om in het stadscentrum te komen en parkeren, maar ook voor inwoners is het op momenten lastig om zich binnen de gemeente te verplaatsen. Op drukbezochte dagen zijn de parkeergarages in Arnhem vol en zorgen de hoeveelheid auto's in het centrum voor filevorming. Om dit tegen te gaan weren we het autoverkeer zoveel mogelijk uit het centrum. Daarvoor ontwikkelen we hubs aan de randen van de stad. Bezoekers kunnen vanaf deze hubs met bussen in het centrum komen. De hubs kunnen ook gebruikt worden als startpunt voor fiets- of wandeltochten of om een recreatieve voorziening in een ander deel van de stad te bereiken⁷.

⁵ Het groenblauwe raamwerk omvat alle natuurterreinen, bossen, parken, waterlijnen en polders in de Groene Metropoolregio.

⁶ Dit blijkt uit het inwoners- en ondernemersonderzoek en gesprekken binnen de gemeente.

⁷ Bron: Duurzaam Mobiliteitsplan Arnhem, 2024. Met dit plan blijft de stad bereikbaar met de auto, maar wordt er meer ingezet op lopen, fietsen en openbaar vervoer.



4.3 Verblifsrecreatie

Waar willen we naartoe en waarom?

Om aantrekkelijk te zijn voor toeristen en zakelijke gasten is een ruim en gevarieerd aanbod aan overnachtingsmogelijkheden nodig, passend bij ons DNA. Op het gebied van verblifsrecreatie is er in Arnhem nog ruimte voor hotels in het hoge of lage segment, zoals een boetiekhotel of hostel⁸. Daarbij moeten nieuwe hotels vooral in de marktruimte uit de regio voorzien. We hebben aantrekkelijke vakantieparken die worden gebruikt waarvoor ze bedoeld zijn.

Wat gaan we doen?

We gaan de hotelnota, als onderdeel van de horecavisie, uit 2017 actualiseren. De (vrijtijds)economie rondom Arnhem is sterk gegroeid, en we signaleren een toenemende vraag naar hotelkamers. Hierdoor is er behoefte aan een nieuwe visie die inzicht geeft in de hotelmarkt en hoe deze zich verhoudt tot de regio. Daarnaast blijkt uit landelijke trends een toenemende vraag naar camperplekken en stadskampeermogelijkheden. Deze gaan we niet zelf realiseren en uitbaten, maar we staan uitnodigend tegenover initiatieven uit de markt. We gaan een ontwikkelkader verblifsrecreatie opstellen waarin we ingaan op welke voorzieningen waar wenselijk zijn conform het toekomstbeeld, de doelgroepen waar Arnhem zich op wil focussen en het Arnhemse DNA.

Aanpak vakantieparken

In de Woonvisie is vastgelegd dat bewoning op vakantieparken niet is toegestaan. Sinds 2020 loopt er een traject om permanente bewoning op één vakantiepark in Arnhem af te bouwen. Dit blijkt complex door onder andere de krapte op de woningmarkt. Desalniettemin is permanente bewoning op vakantieparken onwenselijk vanwege de ligging in Natura 2000-gebied, de

ongeschiktheid van de recreatiewoningen als permanente woning en de behoefte om de recreatieve functie van de vakantieparken te behouden. Om tegenstrijdige besluiten te voorkomen, is een integrale aanpak nodig. We zetten in op regie op en coördinatie van vakantieparken. We zetten ons in om een vergunningsplicht in te voeren ter bestrijding van ondermijnende activiteiten.

Short en mid stay

We vinden het belangrijk om (internationaal) talent aan te trekken en vast te houden vanwege de aanwezigheid van innovatieve bedrijven op en buiten onze campussen en onderwijsinstellingen (HAN University of Applied Sciences en ArtEZ University of the Arts). De behoefte aan passende short en mid stay woonvormen voor internationale kenniswerkers leeft bij het energie- en cleantechcluster in Arnhem. Arnhem is samen met Nijmegen de belangrijkste werkgemeente voor internationale kenniswerkers in de Groene Metropoolregio. Om als bedrijf of onderwijsinstelling aantrekkelijk te blijven voor deze internationale werknemers, is passende huisvesting in de stad noodzakelijk. Het huidige hotelaanbod voorziet in zeer beperkte mate in de huisvestingswensen vanuit deze doelgroep. Omdat het merendeel van de huisvestingslocaties voor short en mid stay momenteel niet in beeld is en de vraag de komende jaren zal groeien, gaan we duidelijke spelregels opstellen voor short en mid stay. We bezien dit ook in het licht van woonbeleid op nationaal en gemeentelijk niveau, omdat moet worden voorkomen dat met short en mid stay huisvesting de regels voor tijdelijke contracten worden geschonden.

⁸ Uit een toets ladder duurzame verstedelijking van SWECO uit 2021 blijkt dat er in Arnhem tot 2030 nog ruimte is voor minimaal 5 tot maximaal 188 hotelkamers. Er zijn anno 2025 (vergevoerde) plannen of initiatieven voor het invullen van een deel van deze marktruimte.



4.4 Ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod

Waar willen we naartoe en waarom?

Met ondernemers en inwoners bouwen we aan een aantrekkelijk vrijetijdsaanbod voor Arnhemmers en onze gasten, in balans met bescherming van ons natuurlijk erfgoed. We laten recreatie ten goede komen aan de hele stad. Zo verdelen we de drukte beter én krijgt elke wijk de kans om te bloeien.

Wat gaan we doen?

We vinden het belangrijk dat het vrijetijdsaanbod beschikbaar is voor iedereen, ongeacht achtergrond en beschikbare middelen. De gemeente investeert in een goede openbare recreatieve infrastructuur, zoals paden, bankjes, bezienswaardigheden en speelplekken én in een aantrekkelijke groene (binnen)stad. Het ontwikkelen van commerciële voorzieningen laten we over aan de markt. We staan uitnodigend tegenover initiatieven die inspelen op echte Arnhemse thema's, zoals; groen, creativiteit, vrijheid, oorlogsgeschiedenis, Romeins verleden, water en energie.

Delen van Arnhem die nu minder aantrekkelijk zijn voor recreatiedoeleinden maken we aantrekkelijker, zodat de recreatiedruk van inwoners, andere recreanten én toeristen beter wordt verdeeld over de stad.

Inzetten op de buitenlandse en zakelijke gast

We richten ons actief op het aantrekken van meer zakelijke en buitenlandse gasten. Dit vereist voldoende aantrekkelijk aanbod en goed samenwerken met de regio. Gasten uit Duitsland en Engeland komen naar Arnhem voor het winkelen en ons oorlogsverleden. We willen deze groepen langer aan ons binden, onder andere door jaarrond aandacht te geven aan het Airborne-verhaal⁹ (bron: Raadsvoorstel Toekomst herdenken Slag om Arnhem, 2025). We gaan verkennen hoe we dit het beste kunnen doen.

⁹ Voorbeelden daarvan zijn de permanente tentoonstelling in de Eusebius en Airborne at the Bridge en de lespakketten van Rozet.

We willen sterker inzetten op de travel trade markt om Arnhem beter onder de aandacht te brengen bij reisorganisaties, touroperators, riviercruise-operators en andere partners in de reisbranche. Daarom zetten we in de stadspromotie ook de veelzijdigheid van Arnhem als bestemming centraal, niet alleen de bekende dagattracties.

Tot slot zien we kansen om Arnhem steviger te positioneren als congresstad. Terwijl andere steden al actief inzetten op het aantrekken van (inter)nationale zakelijke evenementen, ligt er voor Arnhem nog volop ruimte om zich te ontwikkelen tot een aantrekkelijke congres- en vergaderlocatie. Dit vraagt om een gerichte visie, samenwerking tussen publieke en private partijen en het benutten van Arnhemse kwaliteiten, zoals duurzaamheid, energie-innovatie en de groene omgeving.

Regiofunctie als winkelstad wordt versterkt

Centrumgebieden in heel Nederland staan voor een grote uitdaging om ook op lange termijn aantrekkelijk te blijven voor alle doelgroepen (verschillende leeftijden, inkomensgroepen, bezoekenredenen etc.). Voor de Arnhemse binnenstad heeft de focus lange tijd op retail gelegen, waardoor de binnenstad is toegegroeid naar een 'koopcentrum'. Diverse trends, zoals online winkelen en veranderend consumentengedrag leiden tot een veranderend gebruik van de binnenstad. Om een toekomstbestendige binnenstad te realiseren, moet de scope van de winkelstad verbreed worden naar een beleef-, ontmoetings-, winkel-, cultuur- en wooncentrum met een divers aanbod. De plannen voor nieuwe woningen en economische groei bieden kansen om de binnenstad aantrekkelijker en levendiger te maken. Zo verandert de binnenstad van een plek om te kopen naar een plek om te zijn, waarbij de retail vooral in en direct rondom het stadshart gecentreerd wordt. De vernieuwde winkelcentra Presikhaaf en Kronenburg vervullen een aantrekkelijke stadsdeeloverstijgende

functie met een grote diversiteit aan winkels, horeca, en maatschappelijke voorzieningen.

4.5 Zichtbaarheid en positionering

Waar willen we naartoe en waarom?

We zetten in op het promoten van Arnhem als bestemming voor een (meerdaags) verblijf. Op dit moment is het imago nog vrij diffuus¹⁰. Potentiële bezoekers moeten weten dat Arnhem en omgeving voldoende te bieden heeft voor een paar dagen weg. Arnhem wordt nu nog niet als een gastvrije stad ervaren, vooral in het stadscentrum, zo blijkt uit verschillende gesprekken.

Wat gaan we doen?

We dragen onze kernwaarden: **‘groen, creatief en vrij’** meer en beter uit. Dat doen we samen met onze partnerorganisaties Citymarketing Arnhem, Platform Binnenstad Arnhem en Visit Arnhem Nijmegen, zodat iedere inwoner, ondernemer en potentiële bezoeker weet: hier staat Arnhem voor en dit kan ik daar beleven. Het begint bij trotse inwoners én ondernemers die ambassadeur worden van de stad. We zetten Arnhem-Zuid en andere minder bekende delen beter in de spotlight, waardoor bezoekers zich straks beter over de stad verspreiden. Inwoners krijgen een belangrijke rol in de promotie, bijvoorbeeld door leuke plekken in hun eigen wijk onder de aandacht te brengen.

Doelgroepen

Voor potentiële bezoekers van buiten Arnhem richten we ons op ‘stijlzoekers’ en ‘inzichtzoekers’¹¹. Deze doelgroepen passen bij onze stad en hebben potentie voor groei. Arnhem positioneert zich voor de zakelijke gast als ‘creatieve energiestad’. Dit verbinden we met de profilering ‘groen, creatief en vrij’.

¹⁰ Dat blijkt uit de gesprekken met stakeholders en het ondernemersonderzoek.

Samenwerking partnerorganisaties

Een goede rol- en taakverdeling tussen Citymarketing Arnhem, Platform Binnenstad Arnhem en Visit Arnhem Nijmegen is noodzakelijk, evenals duidelijkheid over wie waarvoor aan de lat staat. Hier bestaat nu onduidelijkheid over. We ontwikkelen een duidelijke organisatiestructuur waarin taken en rollen goed op elkaar zijn afgestemd.

Betrokkenheid sector

De toeristisch-recreatieve sector moet goed worden betrokken bij de promotie van de stad. Nu is vooral een kleine groep ondernemers en organisaties actief. Hierdoor zitten steeds dezelfde mensen aan tafel. Terwijl de sector een sleutelrol speelt richting bezoekers. Daarom vergroten we hun betrokkenheid bij het uitdragen van Arnhem als leuke bestemming. Dat doen we – via onze partnerorganisaties – op verschillende manieren: door bijeenkomsten, uitingen en 1 op 1 contact. Daarnaast gaat de wethouder recreatie en toerisme ieder jaar op bedrijfsbezoek bij ondernemers uit de vrijetijdssector.

Regionale identiteit

Arnhem ligt gunstig: aan de Veluwe én het rivierengebied, een regio vol recreatiemogelijkheden. Die ligging gebruiken we om Arnhem te profileren als aantrekkelijke stad voor een (meerdaags) verblijf. Dit sluit aan bij regionale plannen en draagt bij aan een betere spreiding van bezoekers over de regio.

¹¹ Zie www.leefstijlvinder.nl.



4.6 Randvoorwaarden voor succes

Wat is er nodig om dit toekomstbeeld te realiseren?

Continueren regionale samenwerkingen

We werken intensief samen in regionaal verband, zowel met de Veluwegemeenten als binnen de Groene Metropoolregio. Het belang van die samenwerkingen is groot en nodig om samen de bezoekdruk op te vangen en bezoekers te spreiden. We gaan de samenwerking dan ook continueren.

De sector is aan zet

We gaan niet op de stoel van de ondernemer zitten, maar we kunnen ondernemers wel zo goed als mogelijk faciliteren, stimuleren en waar mogelijk ruimte geven. Initiatiefnemers hebben behoefte aan een duidelijk standpunt van de gemeente en transparantie. De nieuwe Omgevingswet stelt de initiatiefnemer centraal. Dat betekent dat initiatieven goed onderbouwd zijn, in overleg met de omgeving ontstaan, voldoen aan de uitgangspunten uit dit toekomstperspectief en de gewenste kwaliteiten toevoegen. Wij wegen af vanuit een 'ja, mits' houding.

Duurzaam ondernemen als uitgangspunt bij ontwikkelingen

Bij nieuwe recreatieve en toeristische initiatieven is duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen een belangrijk uitgangspunt. Initiatiefnemers die bij ons aankloppen moeten aantonen dat ze hier aandacht voor hebben. Ook bij de ontwikkelingen waar wij zelf voor aan de lat staan houden we hier rekening mee. We staan positief tegenover initiatieven met aantoonbaar aandacht voor het milieu, de natuur en leefomgeving.

Inclusie, diversiteit en toegankelijkheid

Inclusie, diversiteit en toegankelijkheid zijn ook essentiële randvoorwaarden. Iedereen – ongeacht achtergrond, leeftijd, beperking of inkomen – moet zich welkom voelen in Arnhem. Dat vraagt om toegankelijke infrastructuur, begrijpelijke informatie en ruimte voor diverse culturele en sociale behoeften.

Door hier in de ontwikkelfase al rekening mee te houden creëren we een vrijetijdsector die zowel recht doet aan de samenleving als aantrekkelijk is voor een brede doelgroep. Dit vergroot niet alleen de sociale waarde van recreatie en toerisme, maar versterkt ook het aanbod.





Bijlage I – Definities en afbakening

Vrijtijdsbesteding verwijst naar alle activiteiten die mensen in hun vrije tijd ondernemen voor ontspanning, vermaak of persoonlijke ontwikkeling. Dit kan variëren van sporten en cultuurbezoek tot winkelen, hobby's en sociale activiteiten. Recreatie en toerisme zijn vormen van vrijtijdsbesteding. Dit toekomstperspectief gaat specifiek over recreatie en toerisme. Recreatie en toerisme zijn brede begrippen met uiteenlopende betekenissen en interpretaties. We hanteren de volgende definities:

Recreatie: activiteiten die worden ondernomen in de vrije tijd met als doel ontspanning, plezier, vermaak, of het verbeteren van het fysieke en mentale welzijn zonder daarbij te overnachten. Recreanten zijn:

- Inwoners van Arnhem: zo'n 70% van alle vrijtijdsactiviteiten vindt binnen de eigen gemeente plaats. Het recreatiegedrag omvat heel veel activiteiten, variërend van natuur- en cultuurbezoek, bewegen tot sociale activiteiten (TVAN, 2024).
- Bezoekers die een dagdeel of dag naar Arnhem komen om bijvoorbeeld te winkelen, de bioscoop te bezoeken of te stappen. Ze wonen vaak in de omgeving van Arnhem, maar dat hoeft niet.

Toerisme: de activiteiten van personen (vanaf nu toeristen) die minimaal één nacht verblijven in Arnhem in bijvoorbeeld een hotel, B&B, vakantiepark of bij familie vanwege ontspanning en andere recreatieve activiteiten. Het bezoekmotief kan zowel leisure als zakelijk zijn.

Kort zakelijk bezoek: een zakelijke activiteit, zoals het bijwonen van een congres of vergadering, is de hoofdreden om Arnhem te bezoeken. Het zakelijk bezoek wordt eventueel gecombineerd met vrijtijdsbesteding, zoals uit eten

gaan of wandelen. Hierbij gaat het zowel om dagbezoek als verblijfsbezoek (tot maximaal een paar weken).

Short en mid stay: dit zijn bezoekers die voor een bepaalde tijd in Arnhem verblijven in verband met werk of studie, zoals arbeidsmigranten, internationale kenniswerkers en internationale studenten. In het kader van de Toekomstvisie Recreatie en Toerisme beperken we ons tot internationale kenniswerkers, omdat voor de andere twee doelgroepen andere typen huisvesting nodig en/of reeds beschikbaar zijn. Er is geen vaste definitie voor de tijdsduur, maar andere gemeenten, zoals Utrecht en Enschede, hanteren een periode van een aantal weken tot een jaar. Wij zien 8 nachten tot 6 maanden als short stay en 6 maanden tot 1 jaar als mid stay. Personen die langer blijven, zijn aangewezen op de reguliere woningmarkt.

Travel trade markt: dit betreft het netwerk van (inter)nationale touroperators, reisbureaus en andere reisorganisaties die reizen en arrangementen samenstellen en verkopen aan toeristen. Zij brengen groepen of individuele reizigers naar Arnhem als onderdeel van een georganiseerde reis, vaak in combinatie met andere steden of regio's.

Bovengenoemde doelgroepen hebben deels overlappende wensen, maar vragen om een eigen benadering. In dit toekomstperspectief maken we daarom waar nodig onderscheid per doelgroep.



Bijlage II – Participanten

Klankbordgroep

- Citymarketing Arnhem
- Feenstra Rijn Lijn
- Groene Metropoolregio
- Hotel Papendal
- Nederlands Openluchtmuseum
- Platform Binnenstad Arnhem
- Stichting Eusebius Arnhem
- Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (TVAN)
- VeluweAlliantie

Verkenkende gesprekken

- Airborne at the Bridge
- Bridge to Liberation
- Burgers' Zoo
- Cultuur Netwerk Arnhem
- Gemeente Arnhem domeinen publieke gezondheid en ontmoeten en welzijn
- Hotel Overleg Regio Arnhem (HORA)
- Cleantech Park Arnhem (voorheen IPKW)
- Jongerenraad026
- Koninklijke Horeca Nederland Arnhem
- Liberation Route Europe
- Natuurcentrum Arnhem
- Pannenkoekenhuis Den Strooper
- Phion
- Stal Mansour
- State of Fashion

- Aanvullende (telefonische) verkenning short en mid stay markt: Alliander, Arnhems Buiten, KEMA en TenneT

Balanstafel

- Gemeente Arnhem: domeinen economie, erfgoed, gezonde leefomgeving, groene leefomgeving, landschap, mobiliteit, ruimte, sporten en bewegen, team leefomgeving en toerisme en recreatie
- Routebureau Veluwe
- Visit Arnhem Nijmegen



Bijlage III – Analyse

Het DNA van Arnhem

Arnhem is groen, creatief en vrij. Deze kernwaarden vormen het hart van onze stad. Groen, dankzij de ligging aan de Veluwe, de stadsnatuur, zoals de parken en de uiterwaarden. Creatief, met een bruisende kunst- en cultuurscene, het Modekwartier en toonaangevende gezelschappen als Introdans en Phion. Vrij, omdat iedereen in Arnhem zichzelf mag zijn en we de waarde van vrijheid levend houden door onze geschiedenis, zoals de Slag om Arnhem.

Groen en blauw: ruimte om te ademen

Arnhem ligt aan de Nederrijn, tussen rivieren, beken en bossen. Met Nationaal Park De Hoge Veluwe, de Veluwezoom en Park Lingezegen om de hoek, biedt de stad volop ruimte voor recreatie. Parken als Sonsbeek, het Immerloo Park en groene verbindingen door de stad nodigen uit om te bewegen, te ontspannen en elkaar te ontmoeten. Ook het vele water maakt Arnhem aantrekkelijk voor wandelen, varen en fietsen.

Centrale ligging in een veelzijdige regio

Arnhem ligt centraal in Nederland en is goed bereikbaar, ook internationaal. Bezoekers combineren de stad eenvoudig met een bezoek aan de Veluwe, het rivierenlandschap of het Gelders Arcadië. Van kastelen tot stuifzand en van dijken tot bossen: er is altijd iets te ontdekken.

Rijk aan cultuur(historie)

Arnhem heeft een rijke culturele achtergrond, met trekpleisters als Museum Arnhem, het Nederlands Openluchtmuseum en de Eusebiuskerk. De historische binnenstad is ook een belangrijke trekpleister, met monumenten en sfeervolle straatjes. Arnhem staat bovendien bekend als modestad. Het winkelaanbod in het centrum is groot met veel bekende ketens, maar ook de 7straatjes vol

unieke, niet-alledaagse winkels. In Klarendal is het Modekwartier te vinden met bijzondere winkels.

Arnhem heeft een veelbewogen geschiedenis, van prehistorische grafheuvels tot een middeleeuwse bloeitijd onder invloed van graven en hertogen, zoals Karel van Gelre. Arnhem maakt daarnaast deel uit van de Neder-Germaanse Limes die op de UNESCO-Werelderfgoedlijst staat; een herinnering aan de Romeinse aanwezigheid in de regio. Ook het koloniale verleden is zichtbaar in de statige buitenplaatsen en landgoederen rondom de stad. Deze rijke en veelzijdige geschiedenis van Arnhem maakt de gemeente uniek en biedt veel mogelijkheden voor verdere culturele profilering en toeristische ontwikkeling.

Slag om Arnhem

Arnhem is misschien wel het meest bekend vanwege de Slag om Arnhem. Bij de John Frostbrug in Arnhem stakte het geallieerde offensief in 1944. Het verhaal over de Slag om Arnhem en de 'Airborne regio' wordt onder meer verteld bij musea Airborne at the Bridge en Airborne Museum at Hartenstein (Oosterbeek) en middels een tentoonstelling in de Eusebiuskerk. In september herdenken jaarlijks vele bezoekers uit binnen- en buitenland de Slag om Arnhem.

Huidige situatie: de Arnhemse vrijetijdssector

Arnhem is een aantrekkelijke stad om te bezoeken, wonen en recreëren. Dit blijkt uit de bezoekingententieranglijst van Hendrik Beerda (2024), waarin Arnhem op de 14e plek staat van Nederlandse steden.

De regio Arnhem-Nijmegen scoort vooral hoog vanwege het uitgebreide aanbod om uit eten te gaan, stadsbezoek en funshoppen (bron: TVAN, 2024). Arnhem wordt gewaardeerd om het sterke winkelaanbod, de goede bereikbaarheid, prettige sfeer, veel groen, mooie natuur, aantrekkelijke recreatiegebieden, levendige horeca en culturele festivals.

Hoewel Arnhem een hoge horecadichtheid heeft, vergelijkbaar met het landelijke gemiddelde, is deze vooral geconcentreerd in het centrum. Delen van Arnhem-Noord en Arnhem-Zuid hebben nog relatief weinig horeca-aanbod.

Inwoners en andere bezoekers

Wandelen/fietsen en horecabezoek zijn activiteiten die veel in Arnhem-Nijmegen worden ondernomen (bron: TVAN, 2024). Zeventig procent van de vrijetijdsactiviteiten worden door eigen inwoners ondernomen. Eigen inwoners zijn dan ook de belangrijkste recreanten. Tussen 2022 en 2024 is het aantal unieke bezoeken in Arnhem toegenomen. Het centrum van Arnhem wordt het meest bezocht, gevolgd door het stationsgebied, de 7 straatjes en Park Sonsbeek (bron: Visitor Data Monitor, TVAN, 2024).

Dagrecreatie

Arnhem heeft diverse dagattracties, zoals Burgers' Zoo, acht musea (onder andere het Nederlands Openluchtmuseum en Museum Arnhem), meerdere bioscopen, escaperooms, golfbanen, theaters en diverse landgoederen die deels openbaar zijn. Concrete bezoekersaantallen zijn niet bekend.

Recreatie op en in het water is in Arnhem beperkt. Er zijn geen openbare zwemplekken, wat leidt tot onveilige situaties in de rivieren. Waterrecreatie verdient meer aandacht met geschikte voorzieningen, zoals steigers, ruimte voor waterscouting en roeiverenigingen, op goed gekozen locaties.

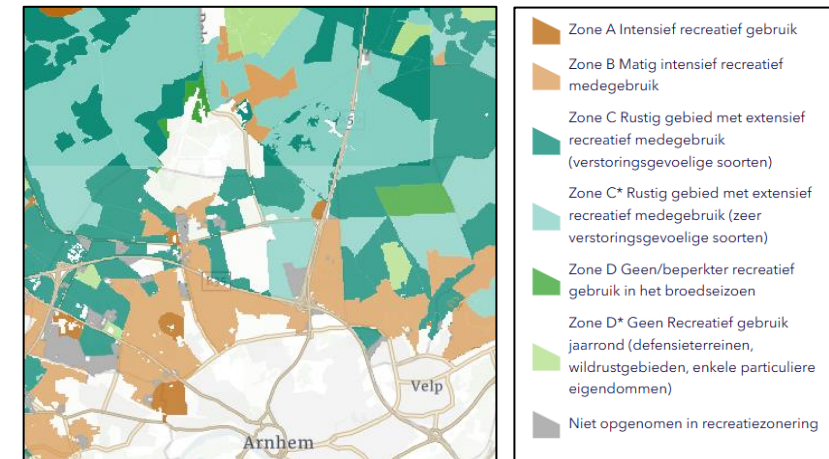
Natuurbeleving en recreatiezonering

In Arnhem beleef je de natuur op veel manieren: wandel- en fietsroutes in en rond de stad, en de nabijheid van de Veluwe trekt natuurliefhebbers aan. Arnhemse parken, dijken en rivieroeveren worden veel gebruikt voor recreatie. Populaire routes, zoals de klompenpaden zorgen voor drukte, vooral waar verschillende gebruikers dezelfde paden delen.

Het buitengebied van Arnhem-Noord valt binnen het Natura 2000-gebied, waar een recreatiezoneringplan geldt. Dit plan verdeelt het gebied in zones voor

intensieve en rustige recreatie, zodat natuurbehoud en recreatie goed in balans blijven en de druk op kwetsbare gebieden wordt beperkt.

Figuur 1.1 Recreatiezonering Arnhem-Noord



Daarnaast zien we dat een aantal terreinbeherende organisaties de recreatieve mogelijkheden in hun gebieden beperkt. Dit speelt niet alleen in Arnhem, maar is onderdeel van een bredere trend in Nederland: op steeds meer plekken wordt ervoor gekozen om recreatie in kwetsbare natuurgebieden te reguleren of terug te dringen, vanwege zowel ecologische druk als beperkte beheercapaciteit.

Riviercruise

In 2023 meerden 415 cruiseschepen aan in Arnhem, met ongeveer 59.345 passagiers aan boord (bron: gemeente Arnhem). Ongeveer de helft gaat zelfstandig op pad, de andere helft doet mee aan excursies, vooral stadswandelingen, culturele en historische bezienswaardigheden, musea, proeverijen en workshops. Riviercruise-operators ontwikkelen nieuwe routes om klanten te behouden en aan te trekken. Door drukte op populaire plekken groeit de vraag naar alternatieve aanlegplaatsen. Meer keuze en diversiteit in excursies versterken Arnhem als bestemming, wat voordeel oplevert voor de

stad, regio en cruisegasten. De riviercruisemarkt biedt Arnhem volop kansen om het aanbod voor passagiers verder uit te breiden.

Verblijfsrecreatie

Arnhem kan veel verblijfsgasten accommoderen (ca. 9.300 slaappleatsen) in vergelijking met andere steden. Dat komt onder andere door de aanwezigheid van acht campings/vakantieparken (70% van de totale beddencapaciteit). In 2023 werd door toeristen ca. €19 miljoen uitgegeven in de Arnhemse detailhandel en horeca (bron: KSO, 2023).

Hotels

Arnhem heeft 19 hotels. Ongeveer 22% van alle bedden in Arnhem zijn hotelbedden. Tijdens interviews met het bedrijfsleven in het kader van dit toekomstperspectief werd genoemd dat Arnhem een overschot aan hotelbedden heeft, vooral in het middensegment¹². Er mist nog aanbod in het hoge en lage segment (bron: Landelijke Data Alliantie, 2024).

Vakantieparken

In Arnhem zijn acht campings/vakantieparken gevestigd met veel slaappleatsen (39% op kampeerterreinen en 31% huisjesterreinen met centrale verhuur) (bron: Landelijke Data Alliantie, 2024). Actuele cijfers over het aantal verblijfsgasten en hun profiel ontbreken. Wel weten we dat op vier van de acht campings/vakantieparken sprake is van permanente bewoning en oneigenlijk gebruik. Dit vermindert de toeristische capaciteit en schaadt de aantrekkingskracht van Arnhem als bestemming. Bovendien zijn deze accommodaties gevestigd in Natura 2000-gebied; de belasting van wonen op de natuur is hoger dan van recreëren.

¹² Middensegmenthotels zijn hotels die qua prijs en voorzieningen tussen budgethotels en luxe hotels in zitten. Ze bieden doorgaans comfortabele kamers en basisvoorzieningen zoals een restaurant, bar, en soms een fitnessruimte of vergaderruimte. Qua sterrenclassificatie vallen ze

Ideale vrijetijdsbeleving van bewoners en bezoekers

Om te weten wie Arnhem bezoekt en waarom zij dit doen, is de Leefstijlvinder gebruikt. Dit is een segmentatiemodel voor de vrijetijdssector. Deze methode onderscheidt zeven leefstijlen op basis van waarden en karakterkenmerken: avontuurzoekers, plezierzoekers, harmoniezoekers, verbindingzoekers, rustzoekers, inzichtzoekers en stijlzoekers. Per leefstijl is bekend hoe zij het liefste hun vrije tijd besteden. Zie www.leefstijlvinder.nl voor een korte beschrijving per leefstijl.

De inwoners van Arnhem zijn onze belangrijkste recreanten. In Arnhem wonen vooral veel **avontuur- en plezierzoekers**. De bezoekers aan de regio Arnhem-Nijmegen zijn vooral **verbinding- en inzichtzoekers**.

Bestemming Arnhem

Eind 2022 hebben Citymarketing Arnhem (CMA), Platform Binnenstad Arnhem (PBA), Visit Arnhem Nijmegen (VAN) en Gemeente Arnhem hun krachten gebundeld om de stad Arnhem op de kaart te zetten als bestemming voor een langer verblijf met overnachting (minimaal 24u). De gemeente Arnhem heeft – naast de bestaande subsidierelaties met bovengenoemde partijen – de afgelopen jaren tijdelijk extra geïnvesteerd in Bestemming Arnhem. Een deel van de werkzaamheden die onder Bestemming Arnhem zijn opgestart zijn inmiddels geïntegreerd in bestaande werkzaamheden; IntoArnhem is daar een voorbeeld van.

Organisaties die samenwerken aan de profilering van Arnhem

Er zijn drie organisaties die zich bezighouden met de positionering van Arnhem als bestemming. Hun werkzaamheden variëren, zie tabel 1.1.

vaak in de 3- of 4-sterrencategorie. Veel ketenhotels behoren hiertoe. Ze richten zich op zowel toeristen als zakelijke reizigers die een goede prijs-kwaliteitverhouding zoeken.



Tabel 1.1 Overzicht relevante organisaties Arnhem en bijbehorende werkzaamheden

Organisatie	Toelichting
Stichting Citymarketing Arnhem (CMA)	Citymarketing in de brede zin van het woord. CMA draagt het merk Arnhem uit, zodat de stad zich steviger kan positioneren als fijne plek om te wonen, werken, studeren, je bedrijf te vestigen én te recreëren. Bezoekersmarketing van Arnhem stadsbreed is belegd bij CMA.
Platform Binnenstad Arnhem (PBA)	PBA organiseert activiteiten die bijdragen aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat, fijne leefomgeving en levendige binnenstad. PBA is een samenwerking van verschillende organisaties. Bezoekersmarketing van de binnenstad van Arnhem ligt met name bij PBA.
Visit Arnhem Nijmegen (VAN)	VAN richt zich op het managen, ontwikkelen en vermarkten van de regio Arnhem als aantrekkelijke bestemming voor een dagje weg of verblijf.

De samenwerkende organisaties richten zich in hun promotionele activiteiten op de **stijlzoekers en inzichtzoekers**. Deze doelgroepen hebben groeipotentie en sluiten goed aan bij het merk Arnhem en het lokale aanbod.

Arnhem positioneert zich voor de zakelijke gast als **creatieve energiestad**. Onder regie van CMA wordt actief de markt bewerkt voor vergaderingen en congressen. De focus ligt op congressen tot 1.000 deelnemers, deze congressen kunnen eendaags of meerdaags zijn. In de bewerking van deze doelgroep wordt actief samengewerkt door verschillende locaties en hotels. In 2025 wordt een Arnhem bidbook voor congresacquisitie gerealiseerd.

¹³ De responsgroep is geen volledig representatieve afspiegeling van de inwoner van Arnhem, zo zijn jongeren (licht) ondervertegenwoordigd.

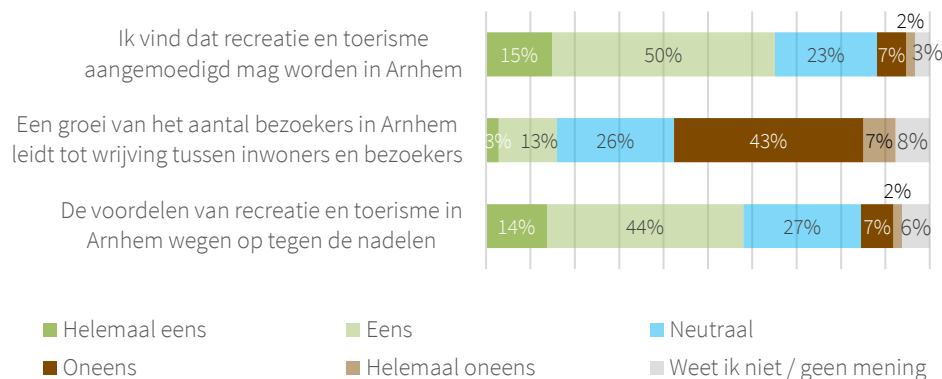
Inwoners positief over Arnhem en vrijetijdssector

Ter onderbouwing van het toekomstperspectief hebben we inwoners gevraagd hoe ze tegen recreatie en toerisme aankijken. Hier hebben 1.712 inwoners op gereageerd¹³. Uit hun antwoorden blijkt dat zij positief zijn over hoe ze hun vrijetijd kunnen besteden in Arnhem. Samengevat, volgen hier de meest opvallende resultaten:

- Het merendeel van de respondenten vindt de parken de aantrekkelijkste plekken van Arnhem. Verder wordt Meinerswijk vaak genoemd, Burgers' Zoo, het centrum en Landgoed Mariëndaal.
- De meeste respondenten (62%) missen geen vrijetijdsvoorzieningen in Arnhem. De respondenten die wel voorzieningen missen (16%) noemen hierbij allereerst voorzieningen die betaalbaar zijn. Daarnaast worden horeca, voorzieningen aan de Rijnkade, kleinschalige voorzieningen en specifiek een ijsbaan genoemd.
- Respondenten zien vooral het positieve effect van de vrijetijdssector op de lokale economie en het in stand houden van erfgoed en cultuur.
- Nadelen van de vrijetijdssector die het meest worden genoemd zijn: een achteruitgang van de kwaliteit van de openbare ruimte, bijvoorbeeld door zwerfafval, mobiliteitsproblemen, zoals parkeerdrukke én schade aan de natuur.
- Inwoners zijn al met al opvallend positief over de vrijetijdsector. In figuur 1.2 zien we dat recreatie en toerisme volgens de meeste respondenten (65%) aangemoedigd mag worden. Het merendeel van de respondenten heeft niet het idee dat een groei van het aantal bezoekers tot wrijving zal leiden. En de meeste respondenten vinden de voordelen opwegen tegen de nadelen.



Figuur 1.2 Antwoorden op balansvragen door inwoners



Hoe ondernemers erin staan

De diversiteit die Arnhem biedt maakt het zo'n leuke bestemming volgens ondernemers. Dit blijkt uit de ondernemersenquête waar 64 ondernemers uit de vrijetijdsector op hebben gereageerd. Arnhem is een mix van natuur, cultuur en ontspannen. De drukte kan opgezocht worden in het centrum of de rust in de natuur. Het belang van de vrijetijdsector wordt dan ook gezien. Ondernemers geven aan dat recreatie en toerisme mag worden aangemoedigd. De lokale economie en de leefbaarheid van de gemeente verbeteren hierdoor.

Tegelijkertijd noemen een aantal ondernemers verbeterpunten voor de vrijetijdsector:

- Het verbeteren van de bereikbaarheid van Arnhem.
- Het aantal parkeervoorzieningen.
- Het stadsbeeld (netjes en goed onderhouden).
- Verbeteringen in communicatie, promotie en informatievoorziening voor bezoekers, zoals bebording en routing.

Daarnaast geven een aantal ondernemers aan dat er nog plek is voor camperplaatsen, een stadscamping en meer of betere recreatiemogelijkheden in de natuur. Om dit voor elkaar te krijgen vinden ondernemers de samenwerking tussen gemeente, ondernemers en inwoners van belang om plannen te realiseren.

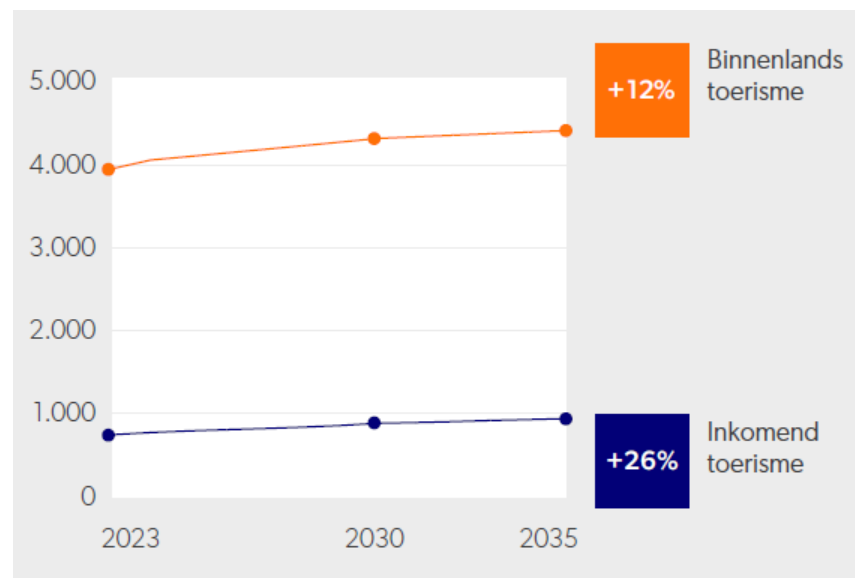
De ondernemers benoemen tot slot een aantal uitdagingen die van invloed zijn op de toekomst van recreatie en toerisme in Arnhem, zoals de hoge parkeerkosten, bereikbaarheid van de stad, concurrentie met andere steden, leegstand én eenzijdigheid van het winkelaanbod en het behoud van een aantrekkelijke, authentieke identiteit. Daar wordt al aan gewerkt.

De respondenten vinden dat de gemeente moet streven naar een duurzaam en onderscheidend toeristisch beleid waarbij kwaliteit boven kwantiteit gaat.

De vrijetijdsector van Arnhem in de toekomst

Arnhem groeit snel: tot 2040 komen er 16.000 woningen bij en in 2050 telt de stad naar verwachting 200.000 inwoners, 23% meer dan in 2021. Ook het aantal bezoekers stijgt. Meer inwoners in omliggende gemeenten en meer vrije tijd en budget zorgen voor meer dag- en verblijfstoerisme in Arnhem. Zo neemt de toeristenstroom in Gelderland toe, vanuit binnen- en buitenland.

Figuur 1.3 Lange termijn prognose in Gelderland (x1000) (NBTC, 2025)



Opkomst short en mid stay markt en toename zakelijk bezoek

De wereldwijde mobiliteit van werknemers en studenten zorgt voor een groeiende vraag naar tijdelijke woonruimte in Nederland, voor maximaal 6 maanden (short stay) of 6 maanden tot 1 jaar (mid stay). Hoewel we het belangrijk vinden om (internationaal) talent aan te trekken en vast te houden vanwege de aanwezigheid van innovatie bedrijven en onderwijsinstellingen (HAN University of Applied Sciences en ArtEZ University of the Arts), hebben we in Arnhem nog weinig inzicht in de short en mid stay markt. Bij het energie- en cleantechcluster in Arnhem leeft wel de behoefte aan short en mid stay voor internationale werknemers.

Uit onderzoek komt naar voren dat in de Groene Metropoolregio van alle internationale medewerkers in 2021 77% arbeidsmigrant is en 23% kenniswerker. In deze toekomstvisie richten we ons op de laatste doelgroep. Uit datzelfde onderzoek blijkt dat in de Groene Metropoolregio in 2021 circa 5.400 internationale kenniswerkers werkzaam waren (bron: Groene Metropoolregio,

2024). Hoewel dit aantal niet is uitgesplitst naar de afzonderlijke gemeenten, ligt het vanwege de type bedrijvigheid en onderwijsinstellingen voor de hand dat het grootste deel van deze kenniswerkers werkzaam zijn in de steden Arnhem en Nijmegen. Om als bedrijf of onderwijsinstelling aantrekkelijk te blijven voor deze internationale werknemers, is passende huisvesting in de stad noodzakelijk. Het huidige hotelaanbod voorziet in zeer beperkte mate in de huisvestingswensen vanuit deze doelgroep.

Ook de zakelijke markt groeit. Zakelijke reizigers combineren hun werk steeds vaker met vrije tijd. Naast economische voordelen brengen congressen en zakelijke evenementen ook maatschappelijke winst door kennisdeling en innovatie in gezondheid, technologie en duurzaamheid. Arnhem heeft nog geen sterke zakelijke positionering, maar initiatieven als de jaarlijkse Electricity Week leggen een goede basis. Deze moeten verder worden ontwikkeld en strategisch verankerd.



