

DENKEN ALS KOPLOPER | SPELEN ALS TEAM



ACTIEPROGRAMMA VRIJETIJDSECONOMIE
NOORD-LIMBURG 2018-2025

INHOUDSOPGAVE

Het is augustus 2025 in Noord-Limburg...	2
1. De kern van het Actieprogramma Vrijetijdseconomie Noord-Limburg	4
2. Inleiding	6
3. Denken als koploper: Visie en doel	10
4. Actielijnen	14
Actielijn 1: Vitale verblijfsrecreatie	14
Actielijn 2: Vitale dagrecreatie	22
Actielijn 3: Vrijetijdslandschappen	26
Actielijn 4: Cross-overs	28
Actielijn 5: Regiomarketing	31
5. Spelen als team: Aan de slag	32
6. Wat gaan we doen in 2018-2019?	36
Bijlage: Betrokken deelnemers en organisaties	
Colofon	





DENKEN ALS KOPLOPER | SPELEN ALS TEAM

HET IS AUGUSTUS 2025 IN NOORD-LIMBURG...

Onder het zachte avondrood rijdt een auto op een landweg in Noord-Limburg. Moeder, vader en de kinderen snuiven de zomerse lucht op. Je kunt de krekels horen zoemen. “Dit was de beste vakantie ooit!” lacht de oudste, Lennart.

Zijn moeder knikt. “Ik vond het ook fantastisch! Hier hebben we de rest van ons leven geweldige herinneringen aan!” Als ze naar rechts kijkt ziet ze haar man enthousiast naar buiten kijken. Hij is nog steeds onder de indruk van het prachtige uitzicht. Normaal dommelt hij altijd weg tijdens autoritjes, maar dat laat hij dit keer wel uit zijn hoofd. “Nou hè, en dat op maar een uurtje rijden van huis!”

Lennarts opslagkaartje staat vol met filmpjes en foto's. Van die enorme waterkraan langs de weg waar wel water uit stroomde, maar die voor de rest leek te zweven. En van het hypermoderne bungalowpark met twee zwembaden én supersnelle glijbanen. En natuurlijk van zijn zusje Joëlle, die voor het eerst in de houten achtbaan Troy durfde. En hoe zijn ouders samen een verse pizza in de 3D-printer probeerden te maken. Dat moet hij aan opa en oma laten zien! En natuurlijk in de klas. Wat gaat hij straks op school als eerste vertellen? Hij weet het al. Hoe hij voor het eerst ging waterskiën op de Maas.

Wat je normaal alleen in de stoerste actiefilms ziet, heeft hij nu zélf meegemaakt. Hij zal maar niet tegen zijn vrienden vertellen dat Joëlle uiteindelijk het beste was van het hele gezin...

Vader is blij dat zijn vrouw de auto bedient. Het proefpakketje van de Hertog Jan-brouwerij smaakte iets te goed bij het bourgondische diner. Hij denkt terug aan zijn jonge jaren waarin hij Florida bezocht. Eigenlijk is Noord-Limburg niet heel veel anders! Pretparken? Check. Hotels? Check. Schitterende natuur? Musea? Met een boot over het water vliegen? Check, check, check. Dat hij zo'n vakantie zó dicht bij zijn woonplaats Utrecht kon houden, had hij nooit verwacht. Wat een parel van een bestemming heeft Nederland in huis! Zijn vrouw is het helemaal met hem eens. Ze geeft de on-boardcomputer de opdracht om de ramen nog wat verder open te zetten. Terwijl de auto hen de N271 op rijdt, kijkt ze naar het feeëriek landschap waarin deze weg zich bevindt. Links en rechts liggen de appel- en peergaarden, waar de kinderen tijdens de interactieve fietstocht zelf hun fruitmand mochten vullen. De zon zakt er langzaam achter weg. Ze ziet de twinkeling in de ogen van haar man.

Ze grinnikt. Hij denkt zeker weer aan Florida. Zelf doet deze provinciale weg haar het meeste denken aan het Franse Rhônedal, dat eveneens de ader is tussen allerlei gevarieerde en natuurlijke ontspanning. Fantastique. Ze weet zeker dat haar ouders dit ook fantastisch gaan vinden. Weet je wat? Morgen gaat ze ze bellen. Pap, mam, dit móeten jullie ook zien. We gaan jullie een keer meenemen! Lennart is blij met het grote fotoboek van Noord-Limburg, dat hij bij de receptie kreeg. Daar waren ze nog even gestopt voor ze de kinderboerderij bezochten. “En jij hebt een nieuwe favoriete knuffel, hè, Joëlle?” Hij stopt het pluchen geitje tussen haar gevouwen armen. “Joëlle...?”

Maar ze antwoordt niet. Met een tevreden blik is ze al diep onder zeil. Ze voelt hoe ze door de achtbaan dendert. Hoe ze over het water scheurt en hoe iedereen haar toejuicht. Maar ze voelt vooral weer hoe ze dat lieve geitje op de kinderboerderij aaide. En, droomt ze dit nou? Ze voelt zijn zachte vacht tegen zich aan.

Lennart glimlacht, geeft zijn zusje een kus en buigt zich wat naar voren. Hij kijkt verwachtingsvol naar zijn ouders en fluistert:

“Volgend jaar weer?”





1. DE KERN VAN HET ACTIEPROGRAMMA VRIJETIJDSECONOMIE NOORD-LIMBURG

Focus op familierecreatie op het niveau van de 21e eeuw

De kern van opgave in de vrijetijdseconomie in Noord-Limburg is dat er focus moet komen op familierecreatie dat op het niveau van de 21e eeuw wordt ingevuld. Vergelijkbaar met (of op onderdelen zelfs beter dan) Florida. Dit is het beeld dat de regio nastreeft in haar toeristische visie.

Dat vraagt gezamenlijke inspanningen. Inspanningen van de grote bungalowparken, attractieparken, kennisinstellingen en de overheid. Samen moeten zij het actieprogramma invullen en een ontwikkelingsaanpak uitvoeren.

Daarnaast is flankerend beleid nodig voor de bijpassende omgevingscondities (infrastructuur, landschap, gebiedsmarketing etc.). Volgens het één park, één plan-principe in verblijfsrecreatie, is in bepaalde gevallen transformatie, sanering en soms handhaving van niet-vitale vakantieparken met oneigenlijk gebruik zoals arbeidsmigranten en permanente bewoning aan de orde.

Toegroeien naar € 1 miljard vrijetijdsbestedingen

In de toeristische regiovisie heeft de regio zichzelf de ambitie gesteld dat zij beter wil presteren dan het nationaal gemiddelde. De regiovisie spreekt de ambitie uit dat

invulling van het totale actieprogramma op termijn moet leiden tot een toename van de jaarlijkse bestedingen van € 200 miljoen in 2025 (+24%). Zo komen de bestedingen in 2025 ruim boven de € 1 miljard uit. Daarvoor is tot 2025 een publiek-private investeringsimpuls tussen de € 200 en € 500 miljoen nodig.

Twee speerpunten zijn nu aan de orde

1. Focus op de familiemarkt met een herkomstcirkel van 60 autominuten

Om de familiemarkt als focusgroep beter te bedienen moet het kernproduct in de regio verbeteren. Daarom is het nodig dat er een fijnmazig toekomstbestendig netwerk ontstaat van grote en kleine dagrecreatieve voorzieningen: vergelijkbaar met (of op onderdelen zelfs beter dan) Florida. Dit dagrecreatieve netwerk wordt voor een groot deel 'gevuld' door gasten van de vele vitale verblijfsrecreatiebedrijven.

- **Stakeholders zijn aan zet:** bungalowketens, de belangrijkste dag-attracties, grote hotels en overheid moeten de handen ineen slaan. Samen stellen zij de focusgroep verder scherp en bepalen zij de programma-invulling in

verblijfsrecreatie en ontwikkeling van dag-attracties. De inzet is om verblijfsbedrijven te vitaliseren, of anders te laten transformeren naar andere dan recreatiefuncties.

- **Sluit een convenant en verbindt de kip en het ei:** samen komen de leidende stakeholders tot het actieprogramma met bijbehorende publiek-private investeringen. Als publieke partijen zeggen te investeren, dan moeten de private partijen ook investeren in (her)ontwikkeling, innovatie en kwaliteit. In het convenant ontmoeten de kip en het ei elkaar.

2. Organiseer het team dat gaat samenspelen

In het actieprogramma staan ca. 18 actiepunten en projecten verspreid over vijf actielijnen gericht op het stimuleren van investeringen. Houd de uitvoering daarom eenvoudig en flexibel:

¹ In dit actieprogramma is de regio Noord-Limburg als volgt afgebakend: de gemeenten Beesel, Bergen, Gennep, Horst aan de Maas, Leudal, Mook en Middelaar, Peel en Maas, Venlo en Venray.

- **Organiseer werkgroepen met regionale ondersteuning.** Formeer per actielijn een publiek-private werkgroep. Iedere werkgroep wordt voorgezeten door een ondernemer en ambtelijk ondersteund door de regio. De regio(gemeenten) zijn verantwoordelijk voor het bewaken van de voortgang binnen de actielijn. Zo ontstaan er ca. 5 werkgroepen met duidelijke prioriteiten, opgaven en budgetten. In de werkgroepen vindt uitvoering van projecten plaats.
- **Coalition of the willing.** Leidende stakeholders in de regio vormen met elkaar een coalition of the willing. Dit is het netwerk van publieke en private personen die de financiële kracht en inhoudelijke macht hebben om de regioambities waar te maken: een enthousiaste en invloedrijke burgemeester, de CEO van een landelijke bungalowketen, de CEO van een grote dagattractie en bijvoorbeeld een lector namens een leidende onderwijsinstelling als de NHTV en vertegenwoordiger vanuit de ambtelijke top van de regio (bijv. regiodirecteur). Deze coalition of the willing wordt door een adviseur-deskundige en communicatie-specialist bijgestaan.

In dit actieprogramma worden deze speerpunten toegelicht.

Leeswijzer

- Hoofdstuk 2 behandelt de economische kracht van de vrijetijdseconomie in de regio. Tevens worden de belangrijkste opgaven van de regionale vrijetijdseconomie benoemd.
- Hoofdstuk 3 gaat in op de regionale toeristische visie en bijbehorende doelen. Deze vormen het uitgangspunt voor het actieprogramma: denken als koploper.
- Hoofdstuk 4 presenteert de inhoudelijke programmalijnen: verblijfsrecreatie, dagrecreatie, vrijetijdslandschap, cross-overs en marketing. Daarbinnen komen steeds de beoogde projecten aan bod.
- Hoofdstuk 5 beschrijft het team dat samenspeelt en voor de noodzakelijke verandering zorgt: ondernemers, ambtenaren en de leidende coalitie. Tenslotte wordt ingegaan op de investering die nodig is om het actieprogramma uit te voeren.



2. INLEIDING

Aanleiding

De vrijetijdseconomie is met €870 miljoen bestedingen een belangrijke sociaal-economische motor voor de regio Noord-Limburg¹. 10% van de bestedingen en ruim 6% van de werkgelegenheid in de regio komen voort uit de vrijetijdseconomie. Bovendien behoort de regio met 10% marktaandeel in de Nederlandse bungalowsector, tot koploperregio in de Nederlandse verblijfsrecreatiesector. Dit wordt regionaal bestuurlijk erkend en gastvrijheidsondernemers werken iedere dag om de motor draaiende te houden. De regio wil de sociaaleconomische motor verder versterken. Zo'n 40% van de vrijetijdsbestedingen worden gegenereerd door verblijfsrecreatie en 60% van de bestedingen zijn afkomstig van dagrecreatie.

Een gezonde vrijetijdseconomie draagt bij aan een leefbare samenleving. De vrijetijdseconomie zorgt voor werk en inkomen, een prettig woon- en leefklimaat en ze biedt een extra basis onder natuur en voorzieningen; menig dorpssupermarkt had zonder toerisme niet meer bestaan. Om de vrijetijdseconomie nog beter te benutten zet de regio de komende jaren in op het behouden en versterken van kwaliteiten en ze wil investeringen in kwaliteit en innovatie stimuleren.

Regiogemeenten	Bestedingen Vrijetijdseconomie		Werkgelegenheid per gemeente	Werkgelegenheid Totaal	
	Absoluut	%	%	Absoluut	%
1 Beesel	€ 40.128.243	4,6%	14%	497	4,9%
2 Bergen	€ 39.849.035	4,6%	10%	445	4,4%
3 Gennep	€ 58.117.074	6,7%	8%	705	7,0%
4 Horst a/d Maas	€ 165.290.558	19,0%	10%	1.969	19,6%
5 Leudal	€ 51.321.125	5,9%	4%	575	5,7%
6 Mook en Middelaar	€ 23.779.642	2,7%	14%	286	2,8%
7 Peel en Maas	€ 66.698.192	7,7%	4%	755	7,5%
8 Venlo	€ 337.717.030	38,8%	6%	3.833	38,1%
9 Venray	€ 88.029.820	10,1%	4%	1.003	10,0%
Totaal regio	€870.930.718	100%	6,4%	10.068	100%

Tabel 1: Relatief sociaaleconomisch belang vrijetijdseconomie Noord-Limburg

² In dit programmaplan is de regio Noord-Limburg als volgt afgebakend: de gemeenten Beesel, Bergen, Gennep, Horst aan de Maas, Mook en Middelaar, Peel en Maas, Venlo en Venray. Leudal participeert op projectbasis.

Dit doet ze vanuit het besef dat ze een koploperregio is met bijbehorende ambities en ze doet dit vanuit de overtuiging dat ze het als team doet: ondernemers, overheden, onderwijs en kennisinstellingen werken samen aan een vitale vrijetijdssector in Noord-Limburg.

Omvang van de vrijetijdseconomie in Noord-Limburg

De omvang van de vrijetijdseconomie verschilt per gemeente. Tabel 1 toont het relatieve sociaaleconomische belang aan van de vrijetijdseconomie in Noord-Limburg per gemeente. De regio-gemeenten besteden samen jaarlijks ca. €1 miljoen aan Leisure Port, VVV-agentschappen, platforms en routebureaus. Daarnaast investeren de regiogemeenten in 2017 samen bijna €3 miljoen in toeristische gebiedsprojecten, gemeentelijke actieprogramma's en toeristisch recreatieve speerpunten.

De vrijetijdseconomie vormt een samengesteld product

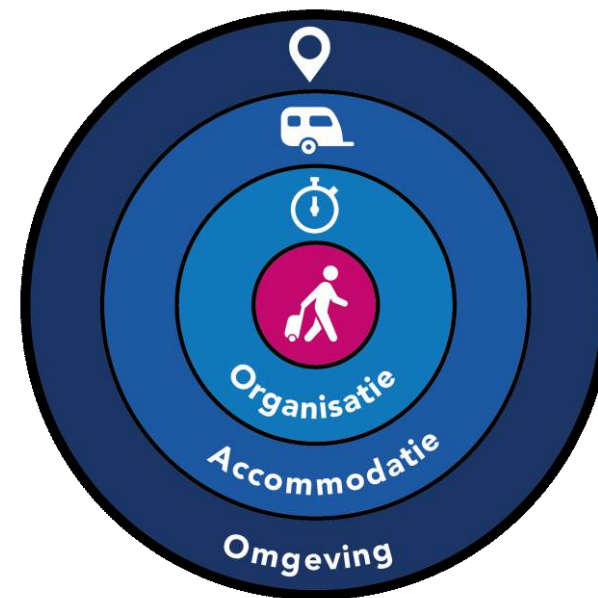
De vrijetijdseconomie is samengesteld van aard. Dat wil zeggen dat de beleving wordt gevormd door heel veel partijen: variërend van natuurbeheerders en stadsgidsen tot hoteliers en vakantieparkexploitanten of winkeliers en fietsverhuurders.

In een vitale toeristische regio vormen de omgeving, accommodaties en dagrecreatie organisaties een organische eenheid. Samen vormen zij de waarde voor de toerist:

Omgeving: landschap, water, cultuur, natuur, beschermde dorpsgezichten;

Accommodaties: vakantieparken, B&B's, hotels, etc. die in Noord-Limburg samen ruim 5 miljoen overnachtingen genereren;

Dagrecreatie organisaties: attracties, terrassen, bootverhuur, zwembaden, detailhandel, VVV, evenementen, musea, etc. met hun gastvrije dienstverlening in de regio.



Figuur 1. Vrijetijdseconomie is samengesteld product

Opgaven

Diverse onderzoeken en visies² benoemen de kernopgaven voor de vrijetijdseconomie en het samengestelde product in de regio. Deze opgaven zijn gericht op versterking van dit samengestelde product. De rode draad wordt gevormd door familierecreatie. Wat verwachten families van de omgeving, welke eisen stellen zij aan de accommodatie en de recreatieve dienstverlening?



OMGEVING MEER BELEEFBAAR MAKEN

De omgeving is authentiek en afwisselend met de Maas, het Maasdal, het Limburgs Peelgebied, de Mookerheide, Maasduinen, het Reichswald en het Grenspark Maas-Swalm-Nette. Maar vanuit (inter)nationaal toeristisch perspectief is de belevingswaarde en het onderscheidende vermogen van grote delen van de regio relatief beperkt en weinig onderscheidend.

>> De opgave is om de bestaande omgevingskwaliteiten op sleutelplekken te versterken en om daar de belevingswaarde en het onderscheidend vermogen van de omgeving te vergroten.



ACCOMMODATIES VITALISEREN

Veel verblijfsrecreatiebedrijven realiseren een lage prijs per eenheid en hun investeringsniveau ligt structureel laag. Dat leidt tot uitputting van de sector. Maar liefst 64% van de verblijfs-recreatiebedrijven staat onder druk: hun toekomstperspectief en/of kwaliteit zijn laag. Gevolg is dat ca. 50% van de bedrijven de capaciteit vult door niet-recreatief gebruik. Bijvoorbeeld door huisvesting van arbeidsmigranten en permanent wonen. De regio beschikt daarnaast over veel grote naar binnen-gekeerde full-service vakantieparken met veel overnachtingen en hoge omzetten; de top 10 bungalowparken in de regio genereert 10% van de landelijke bungalowovernachtingen. Deze ketenbedrijven functioneren nu relatief onafhankelijk van de verblijfsomgeving.

>> De opgave is om de verblijfsrecreatiebedrijven te vitaliseren en vraaggericht te verbinden aan regionale kwaliteiten.

² Zoals de toeristische visie van de regio Noord-Limburg en het vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie Limburg. Dergelijke opgaven blijken ook uit eerdere gebiedsvisies en toekomstschetsen.



ATTRACTIEWAARDE DAGRECREATIE ORGANISATIES VERGROTEN

Vergeleken met andere regio's (bijvoorbeeld Parkstad en Midden-Brabant) is de attractiewaarde van Noord-Limburg beperkt en weinig onderscheidend. De grootste dagattractie in de regio genereert jaarlijks 680.000 bezoekers (Toverland). De nummer 2 genereert jaarlijks ca. 400.000 bezoekers (Thermaalbad Arcen). De Kasteelruinen in Arcen (160.000), Klein Zwitserland (125.000), het Limburgs Museum (55.000) en de Hertog Jan Brouwerij (40.000) volgen op afstand. De uitgangspunten voor een sterke dagrecreatie- en eventensector zijn voor de regio ideaal: centrale ligging t.o.v. een grote Duitse markt, bijzonder veel verblijfs capaciteit en een prima wegennetwerk. Verblifsrecreatieondernemers geven aan dat ze veel baat hebben bij een vitale dagrecreatiesector met volop attractieve waarde.

>> De opgave is om de regionale concurrentiekracht te vergroten door de attractiewaarde te vergroten. Dat kan door het thematisch en/of leefstijlgericht clusteren van bestaand dag- en verblijfsaanbod en het aantrekken en ontwikkelen van nieuw, bijpassend en onderscheidend aanbod. De Focus ligt hierbij op familierecreatie.

NIEUWE VERBINDINGEN AANGAAN EN EFFECTIEVE MARKETING

In de regio doen zich kansen voor om cross-overs aan te gaan tussen de vrijetijdseconomie en andere regionaal-economische clusters (zoals sport, agro en foodinnovatie). Deze kansen kunnen bijdragen aan het onderscheidend vermogen en de attractiewaarde van de regio. Tenslotte draagt effectieve regiomarketing bij aan toename van overnachtingen en bestedingen.

>> De opgave is om cross-over kansen praktisch te maken voor ondernemers en om de regiomarketing te baseren op SMART-doelen.

3. DENKEN ALS KOPLOPER: VISIE EN DOEL

Visie vrijetijdseconomie Noord-Limburg

De regio streeft naar een vitale sector die de sociaaleconomische motor is en blijft voor de regio. De kern van de visie op de vrijetijdseconomie is dat Noord-Limburg in 2025 het belangrijkste en meest aantrekkelijke verblijfsrecreatiegebied van Limburg is voor de 'short break' vakantiemarkt met een sterk en vitaal fijnmazig netwerk van kleine- en grootschalige dag-recreatieve voorzieningen in een straal van 60 autominuten. De regio focust op familierecreatie (3 generaties) die op het niveau van de 21e eeuw wordt ingevuld. Dit is logisch vanwege het bijzonder grote aanbod van familiegeoriënteerde verblijfsrecreatie, dagrecreatie en het grote aandeel in overnachtingen en dag-bezoeken.

Doel: stijgende bestedingen met 24% tot € 1 miljard

In de toeristische regiovisie heeft de regio zichzelf de ambitie gesteld dat zij beter wil presteren dan het nationaal gemiddelde. De regiovisie spreekt de ambitie uit dat invulling van het totale uitvoeringsprogramma op termijn moet leiden tot een toename van de bestedingen met € 200 miljoen per jaar (+24%). Het doel is dat de regionale vrijetijdseconomie in 2025 ruim €1 miljard aan bestedingen genereert. Daarvoor is tot 2025 een publiek-private investeringsimpuls tussen de € 200 en € 500 miljoen nodig. Deze investeringsimpuls wordt als volgt verdeeld over verblijfsrecreatie, dagrecreatie en vrijetijdslandschap.

Familierecreatie

Familie: de groep personen waarmee men direct of indirect door middel van één of meer ouder-kindrelaties is verbonden.

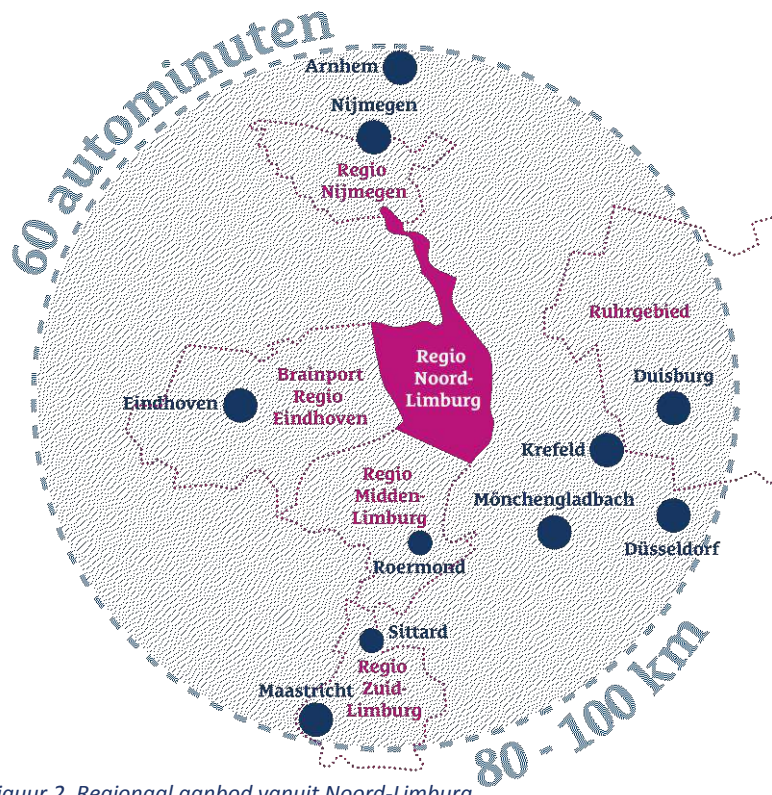


Recreatie: alle vormen van vrijetijdsbesteding; alle activiteiten die kunnen worden gedaan naast de dagelijkse verplichtingen vanuit behoeftes als ontspanning en vermaak. Men onderscheidt dagrecreatie en meerdaags toerisme.



Familierecreatie: alle vormen van vrijetijdsbesteding en alle activiteiten die kunnen worden gedaan als vrijetijdsbesteding in familieverband. In praktijk vindt familierecreatie in wisselende groepssamenstellingen plaats waaronder meerdere generaties, leeftijdsgroepen en leefstijlen.





Figuur 2. Regionaal aanbod vanuit Noord-Limburg

- **Verblijfsrecreatie.** Realisatie van de ambitie betekent volgens de regiovisie een stijging van 9% van de overnachtingen naar 5,3 miljoen overnachtingen in 2025. Het totaal aantal verblijfsaccommodaties zal licht dalen, maar er zal een verandering en vervanging optreden van seizoensgevoelige accommodaties naar jaarronde accommodaties met hogere prijzen die aansluiten bij nieuwe consumentenwensen.

In de regio Noord-Limburg wordt een offensief beleid gevoerd om de vitaliteit in de sector terug te brengen. Hiervoor is een publiek-private investeringsimpuls nodig van ca. €60 - €150 miljoen tot 2025. Dit is ca. 30% van de totale publiek-private vrijetijdsinvesteringen in de regio.

- **Voorbeeld:** de complete vernieuwing van een vakantiebungalow kost circa € 40.000,- Indien er tot 2025 2.000 bungalows worden vernieuwd tot 21e eeuwse familie bungalows leidt deze productvernieuwing alleen al tot een investeringsimpuls van €80 miljoen. Het effect van deze bungalow-vernieuwing is meer overnachtingen en hogere gastbestedingen. Daarnaast zullen er vernieuwingen moeten plaatsvinden in centrale parkfaciliteiten.

- **Dagrecreatie.** Realisatie van de ambities betekent voor dagrecreatie een stijging van structureel 10% meer dagbezoekers (2,7 miljoen) in categorieën met relatief hoge bestedingen. Zoals attracties, entertainment, evenementen, golf, wellness, recreatief winkelen en zakelijk dagtoerisme. Hiervoor is een publiek-private investeringsimpuls nodig van ca. €100-€250 miljoen. Dit is circa 50% van de totale publiek-private vrijetijdsinvesteringen in de regio.



- **Voorbeeld:** achter de investeringsimpuls moet een scherpe regioprofielkeuze zitten. Bijvoorbeeld productontwikkeling van twee grote familieattracties die elk minstens een miljoen bezoekers trekken met een grensoverschrijdend karakter zodat de regio als familieregio verder op de kaart komt. Twee van dergelijke familieattracties vereisen een investeringsimpuls van ca. €200 miljoen.
- **Vrijtijdslandschap.** De overige publiek-private investeringsimpuls zal gericht zijn op de vergroting van de belevingswaarde in en het onderscheidende vermogen van de openbare ruimte. Dit kan door ontwikkeling van landmarks, routes en voorzieningen gericht op familierecreatie. Hiervoor is een investeringsimpuls nodig van ca. €40-100 miljoen (20% van de totale publiek-private vrijetijdsinvesteringen in de regio).

Actieprogramma

Om deze visie en doelen te realiseren kiest de regio voor een programma-aanpak en niet voor een verzameling projecten omdat het een strategische verandering betreft met een grote zichtbaarheid en hoog risico, de looptijd lang is en de probleemstelling een grote samenhang vereist. De aanpak moet de sector inspiratie, enthousiasme en perspectief bieden. En er moet voldoende ruimte zijn om voortschrijdende kennis,

inzichten en ervaringen in de aanpak te verwerken, om prioriteiten en doelen bij te stellen en om nieuwe projecten op te starten. De regio doet dit vanuit de achtergrond van de afgelopen vijftien jaar waarin ze vooral ontwikkelingsgericht bezig was. Vanuit die achtergrond wil de regio samen met ondernemers, onderwijs en provincie praktisch en pragmatisch als een team samenwerken.

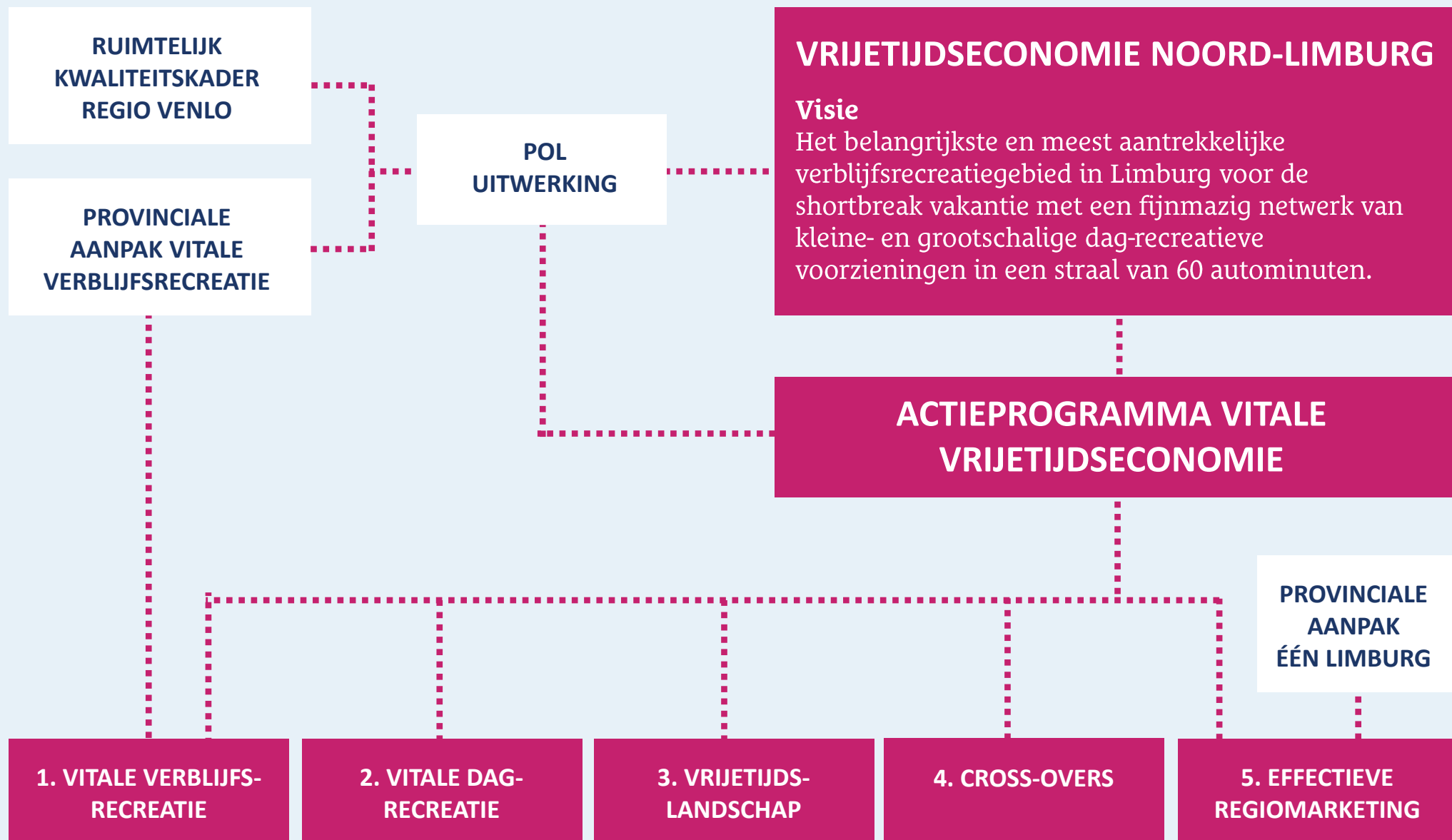
De regio is zich bewust tegen welke dynamische achtergrond dit actieprogramma wordt uitgevoerd, zoals: het ruimtelijk kwaliteitskader regio Venlo, POL en Provinciale initiatieven als de aanpak verblijfsrecreatie en de promotieaanpak één Limburg. Zie ook figuur 3: context actieprogramma.

In hoofdstuk 4 (Actielijnen) worden de onderstaande actielijnen ingevuld:



Figuur 3. Actielijnen





Het actieprogramma heeft vijf samenhangende actielijnen, die hierna worden uitgewerkt.

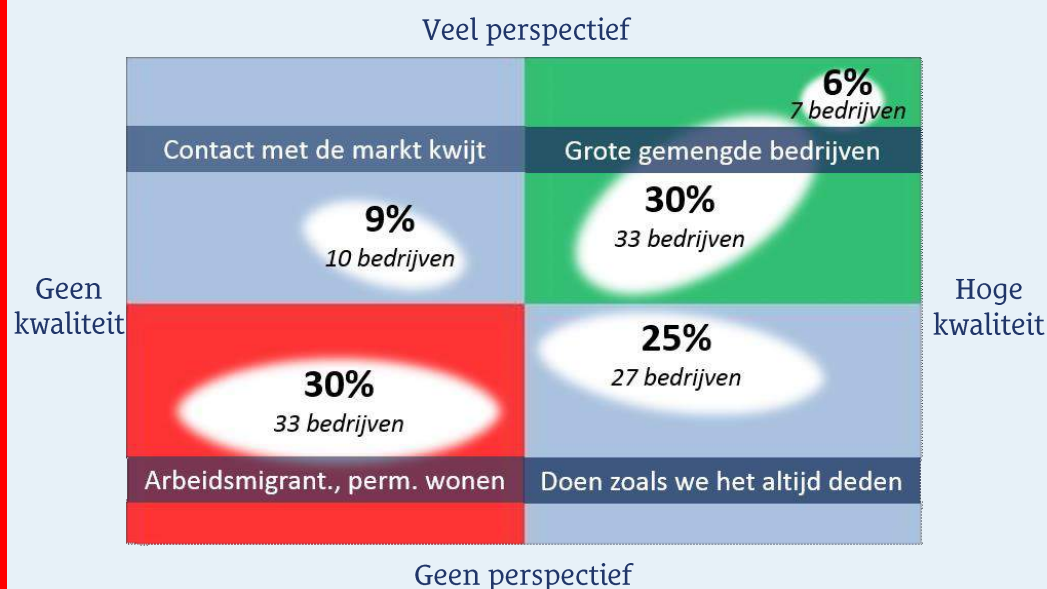
Figuur 4. Context actieprogramma

4. ACTIELIJNEN

Vitaliteit in 2017

In Noord-Limburg zijn ca. 110 campings, bungalowparken en vakantieparken. Op basis van het vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie Limburg waaraan ca. 70 verblijfsrecreatie-bedrijven in de regio hebben deelgenomen, geeft figuur 5 de huidige vitaliteit van verblijfsrecreatie weer in Noord-Limburg.

De regio stelt zich een korte termijn doel (2020) en een lange termijn doel (2025). Zie figuur 6.



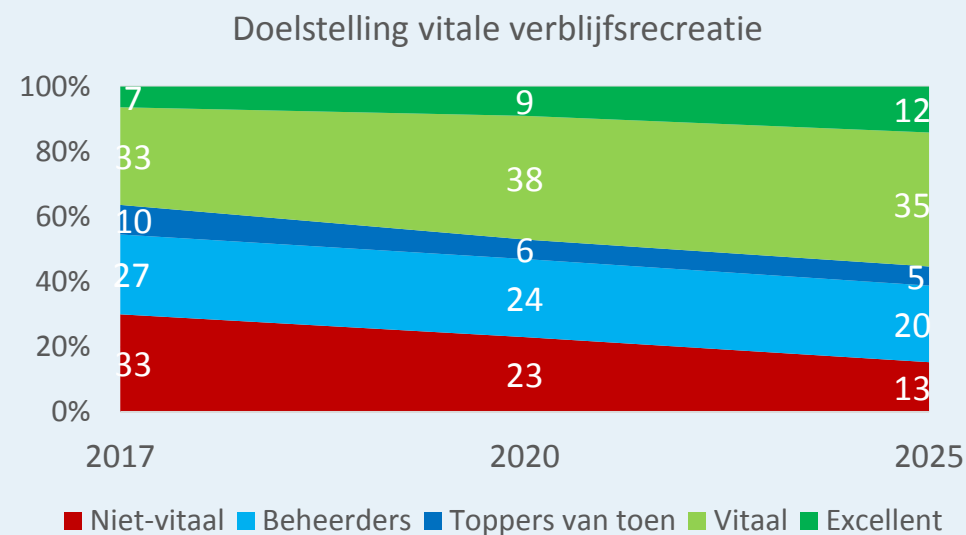
Figuur 5. Vitaliteitsbeeld 2015-2017 Noord-Limburg: 110 verblijfsrecreatiebedrijven

Doel 2020: een vitale verblijfsrecreatiesector

In 2020 zijn er nog 100 verblijfsrecreatiebedrijven waarvan 23% niet vitaal is. Tenminste 10 bedrijven zijn tussen 2017-2020 gesaneerd of getransformeerd. De groene vitale bedrijven zijn toegenomen tot 47% en de groep excellente bedrijven is versterkt.

De regio faciliteert daartoe samen met ondernemers tot 2020:

- Verblijfsontwikkelingen die uiterst onderscheidend en marktgericht zijn;
- 10 koplopers om te excelleren: bijvoorbeeld door de bereikbaarheid (en daarmee gastvrijheid) te verbeteren, marktgerichtheid en samenwerking te bevorderen en een investeringsfonds op te zetten;



Figuur 6. Vitaliteitsdoelen verblijfsrecreatie in procenten en absolute aantallen bedrijven

- 10 middenmoters om scherpe keuzes te maken: vitaliseren of transformeren;
- 10 rode-kwadrant bedrijven om te beëindigen of te transformeren naar andere functies.

Doel 2025

Als deze beweging wordt ingezet en na 2020 wordt doorgezet zijn er in 2025 nog 85 verblijfsrecreatiebedrijven. Het rode kwadrant bestaat dan nog uit 15% van de verblijfsrecreatiebedrijven en het groene kwadrant is toegenomen tot 55%. **Samen met ondernemers heeft de regio tot 2025 ruim 40 bedrijven in beweging gebracht.**

Effect 2025

In lijn met de toeristische visie versterkt de verblijfsrecreatiesector van Noord-Limburg als short-stay bestemming met €325 miljoen bestedingen in 2014 naar €400 miljoen bestedingen (24% groei) in 2025³. Hiervoor is een publiek-private investeringsimpuls nodig van ca. €60 - €150 miljoen tot 2025 (ca. 30% van de totale publiek-private vrijetijdsinvesteringen in de regio).

Projecten 2018-2020

Om deze doelen te realiseren worden tot 2020 acht sleutelprojecten opgestart. Project 1, 4, 5 en 7 zijn specifiek gericht op vitale bedrijven en de 'toppers van toen'. Project 8 is gericht op het niet-vitale segment. De projecten 2, 3 en 6 zijn generieke projecten, gericht op alle segmenten.



Figuur 7. Aanbodsegmenten en projecten



Ontwikkelder

Eén park, één plan

Vitaliteitsmanager

1. Uitnodigend ontwikkelder gericht op toegevoegde waarde en nieuwe markten

In de regio is een planvoorraad van ca. 3.000 eenheden: bungalows, campingplaatsen, appartementen, ed. (excl. hotels). Om deze ontwikkelingen marktgericht (focus op nieuwe en familiedoelgroepen voor de regio), economisch haalbaar, ruimtelijk en maatschappelijk verantwoord te ontwikkelen worden ondernemers/ontwikkelaars met nieuwe initiatieven uitgedaagd door een regionaal ontwikkelder verblijfsrecreatie met een heldere gebruikershandleiding.

Achterliggend principe van het ontwikkelder is om (in lijn met het POL) verblijfsontwikkelingen uit te dagen de bestaande verblijfsrecreatievoorraad te hergebruiken en om te excelleren. De regio neemt het initiatief om dit ontwikkelder met gebruikershandleiding te maken, te implementeren en om ontwikkelingen regionaal af te stemmen. Operationeel in 2017.

2. Eén park, één plan

Gemeenten gaan met de meest urgente bedrijven in gesprek over de toekomst van het bedrijf. Doel is om tenminste 30 bedrijven tot 2020 'verder' te helpen op basis van één integraal plan van aanpak per bedrijf, met daarin een set van afspraken die betrokkenen na gaan komen. Daarbij kunnen gemeenten de Vitaliteitsmanager Verblijfsrecreatie benutten. Ondernemers zijn aan zet bij de uitvoering en investeringen. Gemeenten plannen ambtelijke en eventueel bestuurlijke capaciteit voor gesprekken, planvorming en de opvolging van afspraken.

3. Vitaliteitsmanager Noord-Limburg

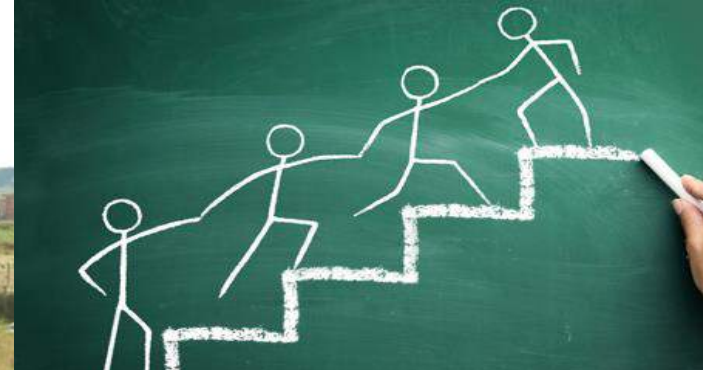
In het kader van de één park, één plan-aanpak wordt een Vitaliteitsmanager Verblijfsrecreatie aangesteld om:

1. randvoorwaarden te beïnvloeden zodat 10 koplopers beter kunnen excelleren (bijvoorbeeld regelen dat de toegang en bewegwijzering van bedrijven verbeterd, stimuleren dat bungalows

vernieuwd worden, het park gastvrij wordt of dat andere doorbraken worden gerealiseerd);

2. 10 middenmotors te faciliteren om scherpe bedrijfsmatige keuzes te maken: vitaliseren of transformeren? Hierbij kan ook het provinciaal expertteam van nut zijn;
3. 10 rode-kwadrant bedrijven te helpen stoppen of transformeren naar andere functies. Dit stelt hoge eisen aan de betrouwbaarheid en kennis van alle betrokkenen. De vitaliteitsmanager kan hiervoor gebruikmaken van juridisch-planologische kennis vanuit de provincie.

In praktische zin gaat de Vitaliteitsmanager zich inzetten om casus-gestuurd ondernemers te verleiden keuzes te maken, herontwikkel- en transformatieprocessen op gang te brengen en te versnellen, beleidsafdelingen te informeren en overtuigen, stimuleren en om doorbraken te realiseren. De vitaliteitsmanager wordt door de provincie en regio als onafhankelijke functionaris geïntroduceerd als pilot in Noord-Limburg. Pilot-periode: 2017-2020.



Offensief met bungalowparken

Private investeringen stimuleren

Expertpool

4. Offensief met de top 10 bungalowparken

In Noord-Limburg genereren de top 10 bungalowparken bijna 3.3 miljoen bungalowovernachtingen (2015), daarmee heeft de regio 10% marktaandeel in Nederland. De hieraan verbonden bestedingen bedragen € 190 miljoen, waarvan € 100 miljoen bestedingen aan horeca, detailhandel, entrees en vervoer. De bungalowketens genereren 2.400 FTE werkgelegenheid (direct: 1.700, indirect: 700). Gezien dit grote belang gaat de regio samen met de provincie in 2018 met de ketens in gesprek over:

1. investeringen die ketens willen plegen in de regio en op hun bedrijf zoals bungalowvernieuwing en vernieuwing van faciliteiten;
2. het vergroten van de attractiewaarde van Noord-Limburg en de rol die de regio en die ketens hierin kunnen spelen (zie ook programmalijn vitale dagrecreatie).

Uitvoeringsafspraken worden vastgelegd en per 2018 worden de afspraken omgezet in concrete acties.

Een pragmatische, ondernemende en visionaire houding is nodig bij alle betrokken partijen. In 2018 worden individuele gesprekken gevoerd tussen directies van ketens en regiobestuurders. In een later stadium kan (bij gebleken behoefte) een 'bungalowketen-overleg' georganiseerd worden met bestuurders en directies van ketens. Binnen één of twee gesprekken moet de basis ontstaan voor een convenant of leidende coalitie om de publiek-private samenwerking te onderstrepen. Een externe voorzitter en het periodiek betrekken van excellente expertise bij deze overleggen, stimuleert de voortgang en het vertrouwen.

5. Private investeringen in kwaliteitsverbetering stimuleren

Om bedrijven te laten excelleren en innoveren worden provinciale stimuleringsinstrumenten en regiomiddelen als hefboomwerking gebundeld.

De regio verkent in 2018 samen met de provincie en ondernemers de haalbaarheid van een structuurfonds dat private partijen stimuleert om te investeren. Daarbij wordt geleerd van lessen in het land (Texel, Brabant, Noord-Veluwe, PMPC Overijssel). Eind 2018 worden de eerste investeringsaanvragen behandeld. Ook worden met de provincie voucher-regelingen en Product-markt-partner-regelingen verkend en geïnitieerd.

6. Expertpool voor korte bondige adviestrajecten

In het kader van de één park, één plan-aanpak en diverse gesprekken met ondernemers maken ondernemers samen met de regio en de provincie naar behoefte gebruik van het Expertpool verblijfsrecreatie Limburg. Verwacht wordt dat er ca. 10 trajecten per jaar in de regio Noord-Limburg worden afgenomen. Per 2018 operationeel. Reeds in 2017 worden diverse pilots uitgevoerd.



Kruisbestuiving



Handhaving oneigenlijk gebruik

7. Kruisbestuiving tussen ondernemers

Vanuit het adagium “Samenwerken moet je doen”, faciliteert de regio ondernemers die elkaar inspireren, professionaliseren en verbeteren. Provincie, toeristische organisaties, brancheorganisaties en het onderwijs kunnen hierbij betrokken zijn. Kruisbestuiving kan op de volgende manieren tot stand komen. Belangrijk is dat dit vanuit ondernemers wordt geïnitieerd. Te denken valt aan:

1. Samenwerken door leefstijlgerichte product- en arrangementsontwikkeling tussen dag- en verblijfsrecreatie. Praktisch kan dat bijvoorbeeld door het organiseren van een bus-tour door de regio, innovatie-labs en resultaatgerichte workshops. Resultaat in 2018: 10 vernieuwende productmarktcombinaties gericht op drie leefstijl focusgroepen in het familiesegment die van nature goed aarden in Noord-Limburg:
 - Geel: komt af op attractie- en vakantieparkencluster. Focus hierbinnen op short-break familiesegment;

- Aqua: voelt zich verbonden aan cultuur en natuur in het Maasduinengebied. Focus hierbinnen op het short-break familiesegment;
 - Paars: relatief nieuwe en meer bestedende doelgroep voor de regio, bijvoorbeeld gericht op outdoor en bourgondisch genieten. Focus hierbinnen op short-break familiesegment segment.
2. En andere collectieve ondernemersinitiatieven gericht op een onderscheidende vrijetijdsregio zoals een leergang 'gastvrijheid', 'excellent ondernemen', de PMPC-regeling van de Provincie Overijssel of onderlinge ondernemerscoaching.

8. Handhaving oneigenlijk gebruik, vanuit een integrale benadering

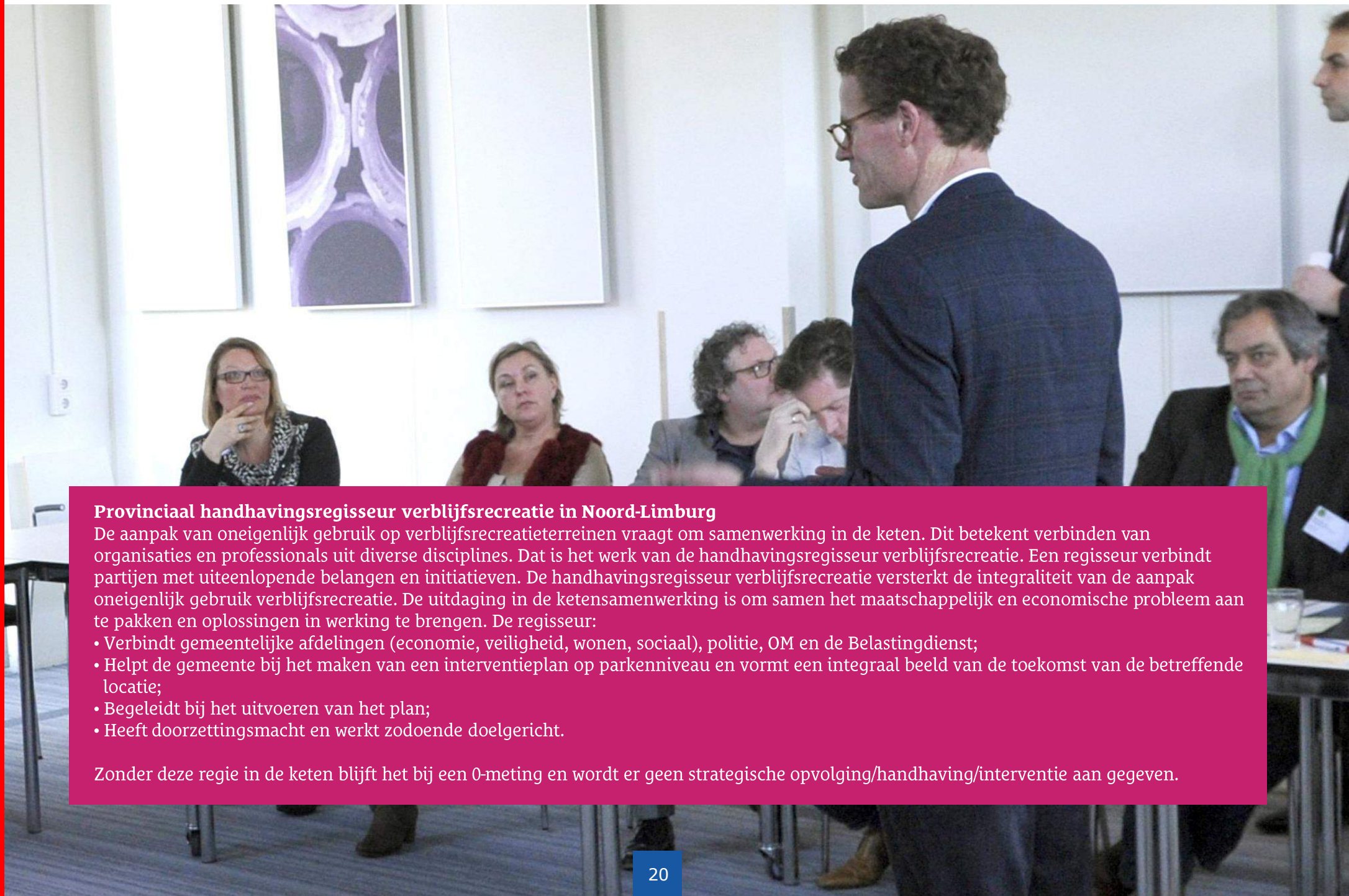
Strafrechtelijk danwel bestuurlijk optreden tegen oneigenlijk gebruik en veiligheids- en leefbaarheidsproblemen op recreatieterreinen vergen een intensieve (keten)samenwerking tussen

(opsporings)instanties en de gehele gemeentelijke organisatie. Er zijn parken waar sprake is van onrechtmatige bewoning en dus niet-recreatief gebruik. Op deze parken vindt tijdelijke of permanente bewoning plaats door arbeidsmigranten, maatschappelijke opvang of overbruggingshuisvesting (crisisopvang). Daarnaast zijn er parken waar sprake is van veiligheids- en leefbaarheidsproblemen op het gebied van criminaliteit, drugs, veiligheid, overlast, prostitutie, brandveiligheid, hygiëne etc. Om dit aan te pakken is vaak regionale afstemming nodig over personele inzet en informatie-uitwisseling. De regio voorziet op hoofdlijnen de volgende aanpak:



Knellend handhavingstekort

De feitelijke kennis van wie er verblijven op vakantieparken (administratief/waarneming) en wat er zich afspeelt, is binnen gemeenten vaak gefragmenteerd aanwezig. De medewerking aan handhaving en toezicht door recreatieondernemers is daarnaast lang niet altijd vanzelfsprekend of adequaat. In nogal wat gemeenten in Noord-Limburg is zodoende in de loop der jaren een knellend handhavingstekort ontstaan als het gaat om het zicht op en het in gesprek zijn met eigenaren en bewoners van vakantieparken. Als gevolg van het vaak jarenlang gedogen van strijdig gebruik, gepaard gaand met veroudering, verwaarlozing en sociaal isolement, is de groep kwetsbare vakantieparken groeiende. Voortgaande negatieve selectie van bewoners en grootschalig niet-recreatief gebruik zijn aantoonbaar een goede voedingsbodem voor ondermijnende criminaliteit. Met als herkenbaar gevolg vakantieparken die dienen als wijkplaats of schuilplaats en soms als vrijplaats.



Provinciaal handhavingsregisseur verblijfsrecreatie in Noord-Limburg

De aanpak van oneigenlijk gebruik op verblijfsrecreatieterreinen vraagt om samenwerking in de keten. Dit betekent verbinden van organisaties en professionals uit diverse disciplines. Dat is het werk van de handhavingsregisseur verblijfsrecreatie. Een regisseur verbindt partijen met uiteenlopende belangen en initiatieven. De handhavingsregisseur verblijfsrecreatie versterkt de integraliteit van de aanpak oneigenlijk gebruik verblijfsrecreatie. De uitdaging in de ketensamenwerking is om samen het maatschappelijk en economische probleem aan te pakken en oplossingen in werking te brengen. De regisseur:

- Verbindt gemeentelijke afdelingen (economie, veiligheid, wonen, sociaal), politie, OM en de Belastingdienst;
- Helpt de gemeente bij het maken van een interventieplan op parkenniveau en vormt een integraal beeld van de toekomst van de betreffende locatie;
- Begeleidt bij het uitvoeren van het plan;
- Heeft doorzettingsmacht en werkt zodoende doelgericht.

Zonder deze regie in de keten blijft het bij een 0-meting en wordt er geen strategische opvolging/handhaving/interventie aan gegeven.



1. De eerste stap zetten

- **Selecteren.** Parkenselectie vindt plaats door gemeenten in afstemming met de Vitaliteitsmanager;
- **Informatie verzamelen.** Op basis van deze selectie vindt informatieverzameling (0-meting) en –deling plaats. Hierin speelt het Regionaal Informatie en Expertisecentrum -RIEC- een rol;

3. Doorlopen

Tenslotte komt het op uitvoering aan: het feitelijk handhaven, doorpakken en vasthouden. De regio stelt in 2018 in samenwerking met de provincie casus-gestuurd (op parkenniveau) een integrale ketenaanpak op vanuit economie, wonen, veiligheid, sociaal domein, ruimte en communicatie. Daarbij gaat ze snel over tot praktische pilots. Lessen worden geleerd van de taskforce Brabant-Zeeland (vastpakken, aanpakken, doorpakken) en de regio Noord-Veluwe.

2. Stappenplan

- **Plan maken.** Het opstellen van een heldere toekomststrategie per locatie en het opstellen van een integraal handelingsperspectief met aanpak zijn cruciaal. Gemeenten beschikken vaak niet over voldoende kennis en ervaring om een weldoordachte integrale aanpak, goed gefaseerd en met inzet van het juiste instrumentarium, tot stand te brengen. Om gemeenten te ondersteunen in de aanpak (na de 0-meting) overweegt de provincie om ondersteuning te bieden.
- **Juridisch-planologisch doordenken.** Juridisch-planologische kennis en de bereidheid is nodig voor de haalbare mogelijkheden.

Twee strategieën

Met bijna €500 miljoen bestedingen en ruim 27 miljoen dagbezoeken genereert de dagrecreatiesector in Noord-Limburg 60% van alle vrijetijdsbestedingen. De afhankelijkheid van de 'thuismarkt' is groot: 76% van de dagrecreatiegasten komt uit de eigen regio⁴. De bevolkingssamenstelling in Noord-Limburg zal in de komende 15 jaar veranderen (ontgroening, krimp). Dit heeft directe gevolgen voor de dagrecreatie in de regio; er zijn de komende jaren simpelweg minder consumenten. De toeristische regiovisie kiest daarom voor twee offensieve strategieën:

1. De focus van het regionaal bezoek verleggen naar een grotere herkomstcirkel van 60 autominuten gericht op de ((inter)nationale markt. Daarvoor is het nodig dat de regio een grotere dagrecreatieve aantrekkingskracht krijgt. Indicatie: in een straal van 60 autominuten (80-100 km) rondom Horst, wonen ca. 9 miljoen mensen. Zie beeld in Bijlage 1.
2. Deze grotere dagrecreatieve aantrekkingskracht maakt het ook aantrekkelijker om langer in de regio te verblijven (transitie van dagbezoek naar meerdaags verblijf). Dit draagt bij aan vitale verblijfsrecreatie en de grote verblijfs capaciteit wordt zodoende beter benut. Grote en kleine verblijfsrecreatie-ondernemers geven aan dat de attractiviteit van de regio voor verbetering vatbaar is. Daardoor ontstaan krachtiger verblijfsmotieven in Noord-Limburg.

Dagrecreatief aanbod is breed: sport, evenementen, entertainment, routegebonden buitenrecreatie, recreatief winkelen, evenementen, attracties, cultuur, edutainment, etc. Focus ligt op familie-recreatie.

Doel

In lijn met de toeristische visie van de regio is het doel om de attractiewaarde van Noord-Limburg te vergroten. Dit wil de regio realiseren door het thematisch clusteren van bestaand dag- en verblijfsaanbod en het aantrekken van nieuw onderscheidend aanbod. Hiervoor is een publiek-private investeringsimpuls nodig van ca. €100-€250 miljoen (ca. 50% van de totale publiek-private vrijetijdsinvesteringen in de regio).

Effect

Het effect hiervan is dat de regionale concurrentiekracht wordt vergroot. Noord-Limburg ontwikkelt als dagrecreatiebestemming van €500 miljoen bestedingen in 2014⁵ naar €620 miljoen bestedingen in 2030 (24% groei). De investeringsfocus ligt op productontwikkeling van nieuwe trekkers voor de dagrecreatieve familiemarkt. Bijvoorbeeld twee grote familieattracties die elk minstens een miljoen bezoekers trekken met een grensoverschrijdend karakter, vereisen een investeringsimpuls van ca. €200 miljoen (investeringsniveau €100,- per bezoeker). Dit genereert tevens nieuw short-break bezoek.



⁴ Bron: Toeristische Monitor Regio Venlo (2014)

⁵ Exclusief Leudal, omdat Leudal nog niet in de toeristische monitor 2014 deelnam

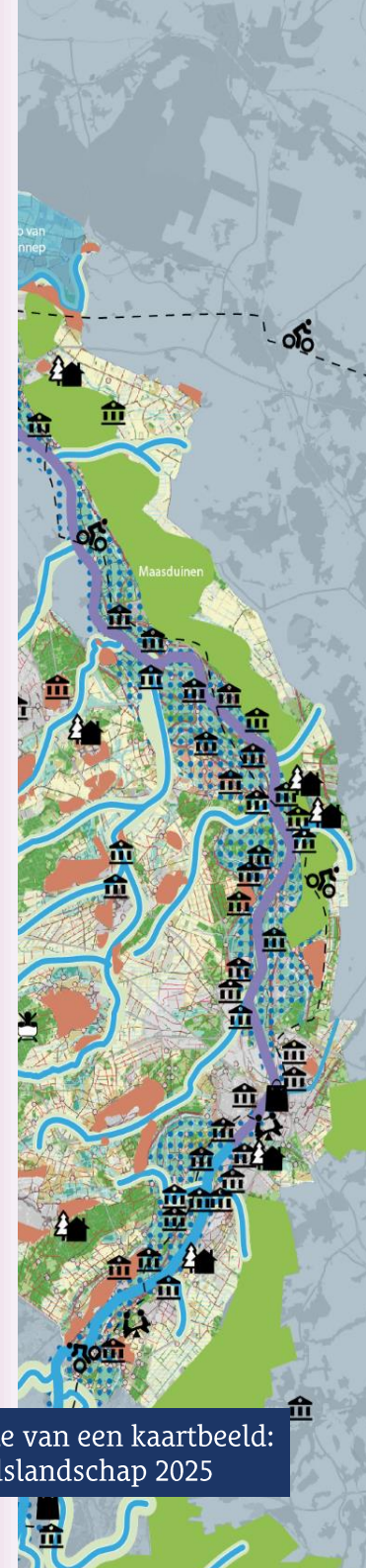
Door-ontwikkelen van dagrecreatieclusters vanuit gebieds-DNA

Het zoeken naar aanvullende formules/attracties vanuit gebieds-DNA is een succesvolle aanpak. De regio kent de volgende leisure-clusters die verder versterkt en verbonden kunnen worden:

1. Natuur- en cultuurcluster. Het gebied rondom de Maas van Mook-Middelaar, Maasgaard, Nationaal Park Maasduinen tot en met Arcen en verder naar Beesel vormt een natuurlijk en oorspronkelijk aanbod dat toeristisch aantrekkelijk is. Het Maasduinen-landschap, de cultuurhistorie en de afwisselende landschapsstructuur onder invloed van de Maas heeft elementen in zich van het Rhône-dal. Potteriën, galerieën, wijngaarden, aantrekkelijke kernen, klein- en grootschalig recreatieaanbod (van thermaalbad tot B&B's) waterrecreatie en fraaie natuur versterken elkaar. Het gebied sluit uitstekend aan bij de rest van Limburg en bij de omgeving Berg&Dal - Nijmegen. Het Duitse Reichswald nabij Gennep en het Grenspark Maas-Swalm-Nette nabij Venlo-Beesel) completeren het natuurcluster. Het is van belang dat dit gebied toeristisch blijft vernieuwen door geïntegreerde landschapsontwikkeling en toeristische productontwikkeling. De Maasfietsroute is een goed voorbeeld van vernieuwing en vormt een sterke basis van waaruit productontwikkeling (bijvoorbeeld terrassen en waterrecreatie aan de Maas) kan plaatsvinden op basis van het oorspronkelijke aanbod.

2. Leisure- en entertainment cluster. Het Peelgebied tussen de Maasloop, Leudal en Venray heeft als historisch veengebied een grootschalig en hoofdzakelijk intensief agrikarakter. Toeristisch aanbod bestaat veelal uit grootschalig 'man made' aanbod zoals in Florida (VS): leisure-hotspots als De Leiestert en het leisure-cluster in Sevenum met De Schatberg, Toverland, Centerparcs en hippisch centrum de Peelbergen. Het gebied kan dit soort grootschalige leisure-functies goed aan. De ruimte is aanwezig om grote, bijzondere leisure-activiteiten te ondernemen. Dit gebied sluit aan de westkant aan bij het midpoint-Brabant leisure-gebied. Productontwikkeling en versterking van dit cluster met voldoende kritische massa (met all-weather voorzieningen en seizoensverlenging) is nodig om concurrerend te blijven in de dagrecreatieve familiemarkt en om een impuls te geven aan de kwaliteit van de grote verblijfsparken. Dit betreft ambitieuze gebieds- en projectontwikkeling.

3. Stedelijke leisure. Venlo vormt het schakelgebied, het stedelijke retail en leisure-hart van de regio en de logistieke verbinding naar Duitsland. Concrete invulling hiervan is de leisure-ontwikkeling van het kazerneterrein.



Indicatie van een kaartbeeld: vrijetijdslandschap 2025



Aqua Mundo Het Heijderbos



Maashopper



Missiemuseum Steyl

Projecten 2018-2020

Om te werken aan het realiseren van deze doelen worden de volgende sleutelprojecten opgestart:

1. Aanbod dagrecreatie versterken

Samen met verblijfsketens, grote hotels in de regio en bestaande dagattracties/entertainment wordt een aanpak opgesteld om dagrecreatieaanbod en –clustering te versterken voor de familiemarkt. Uitvoering van de aanpak moet leiden tot structureel 10% (2,7 miljoen) meer dagbezoekers in categorieën met relatief hoge bestedingen (zoals attracties, entertainment, evenementen, wellness, recreatief winkelen en zakelijk dagtoerisme).

- De regio faciliteert de aanpak om in 2018 de eerste gesprekken te voeren met de top-10 bungalowparken en bestaande dagrecreatiebedrijven over hun ideeën, wensen en mogelijke invulling.
- Vanuit die ideeën en wensen wordt een verkenning uitgevoerd naar marktgerichte, aanvullende en

onderscheidende dagrecreatie-concepten die aansluiten bij het DNA van de clusters en de ambitie om een recreatieve familiebestemming te zijn. Hierbij moet ook internationaal gekeken worden. Gesprekken worden gevoerd met wellness-centra, Kidszania, etc. over vestigingscriteria.

- Vervolgens wordt een acquisitieaanpak uitgewerkt. In de uitvoering is het belangrijk dat de energie van lokale ondernemer betrokken wordt omdat zij op de meest authentieke wijze andere ondernemers en unieke conceptmakers kunnen overtuigen van de regiokracht. De regio faciliteert door acquisitie mogelijk te maken, invloed uit te oefenen op strategische vestigingslocaties, vestigingsvoorwaarden, etc.
- Voor de uitvoering van de aanpak zijn inzicht in de markt(ontwikkelingen), een krachtig netwerk en specifieke acquisitievaardigheden vereist.

Nieuw onderscheidend dagrecreatief aanbod in de avonduren en winterharde voorzieningen houden de bezoekers vast in de regio. De dag- en verblijfsvoorzieningen moeten passen bij de identiteit van de regio, de consumentenvraag van de toekomst, van hoge kwaliteit zijn en voldoende toegevoegde waarde hebben voor een korte vakantie.

(Toeristische visie regio Venlo, 2015)





Openbare Bibliotheek Venlo



Limburgs Museum



Klimpark Sevenum

Doel van dit project is een toevoeging van onderscheidende dagrecreatief aanbod dat leidt tot 2,7 miljoen extra bezoekers in aanbodcategorieën met relatief hoge bestedingen en met focus op familierecreatie.

2. Kruisbestuiving tussen ondernemers.

Vanuit het adagium “Samenwerken moet je doen”, faciliteert de regio ondernemers die elkaar inspireren, professionaliseren en verbeteren. Provincie, toeristische organisaties, brancheorganisaties en het onderwijs kunnen hierbij betrokken zijn. Kruisbestuiving kan op de volgende manieren tot stand komen. Belangrijk is dat dit vanuit ondernemers wordt geïnitieerd. Te denken valt aan:

1. Samenwerken door leefstijlgerichte product- en arrangements-ontwikkeling tussen dag- en verblijfsrecreatie. Praktisch kan dat bijvoorbeeld door het organiseren van een bus-tour door de

regio, innovatie-labs en resultaatgerichte workshops. Resultaat in 2018: 10 vernieuwende productmarktcombinaties gericht op drie leefstijl focusgroepen in het familiesegment die van nature goed aarden in Noord-Limburg:

- a. Geel: komt af op attractie- en vakantieparkencluster. Focus hierbinnen op het short-break familiesegment.
- b. Aqua: voelt zich verbonden aan cultuur en natuur in het Maasduinen-gebied. Focus hierbinnen op het short-break familiesegment;
- c. Paars: relatief nieuwe en meer bestedende doelgroep voor de regio, bijvoorbeeld gericht op outdoor en bourgondisch genieten. Focus hierbinnen op het short-break familiesegment.

2. En andere collectieve ondernemersinitiatieven gericht op een onderscheidende vrijetijdsregio zoals een leergang ‘gastvrijheid’, ‘excellent ondernemen’, de PMPC-regeling van de Provincie Overijssel of onderlinge ondernemerscoaching.



Inspiratie: Sense of Place – culturele landschapontwikkeling in Fryslân

Infrastructurele aanpassingen in het Friese landschap worden samen met de makers van Sense of Place uitgewerkt. Daardoor worden ze aantrekkelijk voor publiek. Kunst krijgt een centrale rol in de vormgeving van die openbare ruimte. Geen toefje achteraf, maar al aan de rekentafel. Die culturele schil zorgt voor een toeristische en economische impuls.

3. Bruine gebiedsborden langs de A73 en A67.

Tussen Venlo en Nijmegen staan nauwelijks tot geen toeristische gebiedsborden die snelweggebruikers attenderen op de unieke natuurgebieden en gebouwen die zij passeren. Omdat de regio over diverse iconen beschikt wordt met de ANWB een verkenning gestart om langs de snelwegroutes bruine borden te plaatsen. Deze borden (die nu alleen langs de N-wegen staan) verbeelden de identiteit van het gebied.

4. Routes met beleving en businessmodel.

In de regio vinden jaarlijks ruim 16 miljoen route-gebonden buitenactiviteiten plaats: fietsen, wandelen, toertochtjes. Samen genereren zij €61 miljoen bestedingen. De belangrijkste doelgroep bestaat uit inwoners van de regio. Om bestedingen toe te laten nemen en meer activiteiten te laten plaatsvinden zet de regio in op fiets- en wandelpaden met hoge belevingswaarde (naar voorbeeld van het Van Gogh fietspad in Nuenen) in combinatie met digitale bewegwijzering, filmpjes, foto's, streekverhalen en –geluiden en waar mogelijk grensoverschrijdend. Ondernemersbetrokkenheid vanaf het begin zorgt voor toeristische producten die gebruik maken van de fietsroutes en zorgt ervoor dat de routes actief worden uitgedragen door de lokale toeristisch ondernemers.

Zo zou de beleving van het landschap gekoppeld moeten worden aan de regionale doelstelling om te groeien als short-break vakantiebestemming voor (3 generaties) families met kinderen. Routes krijgen hun eigen duurzame business-model voor promotie, onderhoud, productontwikkeling en thematisering. Een integrale aanpak waarbij digitaal en fysiek elkaar versterken en promotiemiddelen die de beleving aanwakkeren, zorgen voor fietsroutes die duurzaam een meerwaarde hebben voor de toeristische economie. In 2018 wordt een plan van aanpak met begroting gemaakt door de toeristische platforms en het Routebureau.

5. Actieprogramma Waterrecreatie.

De Maas verbindt alle 8 gemeenten: daarom wordt het Actieprogramma Waterrecreatie van de provincie Limburg optimaal benut. Er liggen concrete kansen bij Plasmolen Eldorado (verbinden aan dorpskern), Leukermeer (inrichting van de plas met actieve waterrecreatie- en sporten), Ooijen - Wanssum, Leudal, Maasgaard en Venlo. Daarnaast kunnen initiatieven kansrijk zijn voor Noord-Limburg waarbij horeca verbonden wordt aan waterrecreatie en eventueel verblijfsrecreatie gericht op voor de regio nieuwe familiedoelgroepen. Bijvoorbeeld initiatieven gericht op loungen in combinatie met aanlegsteigers en verblijfsconcepten die naar het water zijn gekeerd. Gemeenten, ondernemers en de provinciaal programmamanager Actieprogramma Waterrecreatie hebben hiervoor een casus-gerichte aanpak.

Doel

Verankeren van de vrijetijdseconomie in de regio door verbindingen met andere sectoren te versterken. Hier ligt een bron voor innovatie.

Projecten 2018-2020

Om te werken aan het realiseren van dit doel worden de volgende sleutelprojecten opgestart:



1 | VERBINDING MET BRIGHTLAND GREENPORT CAMPUS VANAF 2020

Ten aanzien van de ontwikkeling Brightland Greenport Campus zijn er twee kansen in relatie tot gastvrijheid en de vrijetijdseconomie:

I. Gastvrije Brightland Greenport Campus

Vanuit de hotelsector is behoefte aan het oprichten van een evenementen- en congresbeau Noord-Limburg dat tot doel heeft om (meermaagse) zakelijke evenement en congressen naar de regio te halen en te organiseren, volledig verzorgd met excellente hospitality. Dit moet sterk aansluiten bij de ontwikkeling van de Brightlands Campus Greenport Venlo met de speerpunten future farming, food & health en biobased economy. In deze sectoren vinden zowel grote als kleinschalige (internationale) evenementen en bijeenkomsten plaats. De cross-over met de gastvrijheidssector (met name hotels) kan beter gelegd worden door structurele inzet van een evenementen- en congresbureau met evenementenkalender. Dit stimuleert business en voegt naast innovatie ook quality of life toe.

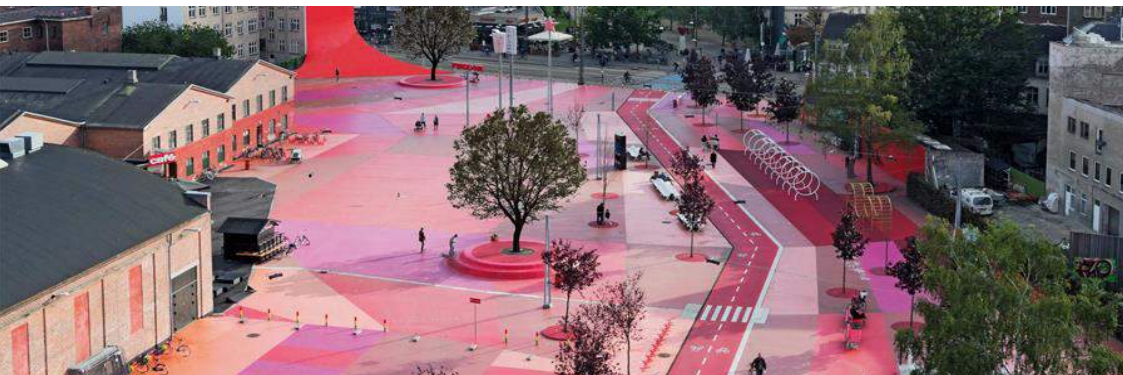
Projectidee 1: verbinding tussen vrijetijd en gezonde voeding leggen.

Projectidee 2: hoteliers uit de regio samenbrengen bij Villa Flora om ze kennis te laten maken met activiteiten en ambitie van Brightland Campus Greenport Venlo om vervolgens te brainstormen over hun bijdrage aan de hospitality van de Campus. Gespreksonderwerp: hoeveel (meermaagse) evenementen vinden er nu al plaats? En wat is de ambitie om naar door te groeien? Actie door regio en hoteliers.

II. Brightlands Campus Greenport Venlo als publieke attractie

De activiteiten (onderzoek en innovatie) vormen mogelijk een unieke all-weather attractie voor inwoners en toeristen door bijvoorbeeld Villa Flora toegankelijk te maken voor publiek en door de activiteiten beleefbaar te maken die in de campus plaatsvinden: insecten kweken, de maag-darm simulator en je eigen pizza in de 3D-printer maken. Inspiratie: Het concept van Nemo Amsterdam toepassen op food & innovation.

Projectidee 3: de campus verleiden om opdracht te formuleren en verlenen tot het verkennen van leisure-concepten gericht op de familiemarkt. Actie door regio en acquisiteur dagrecreatie.



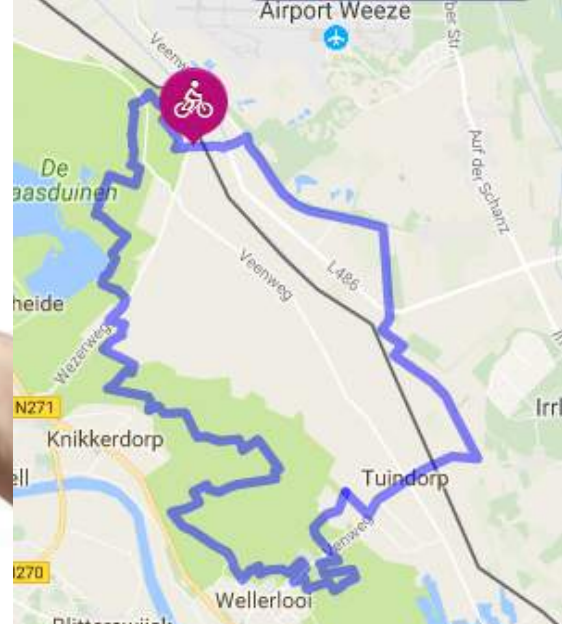
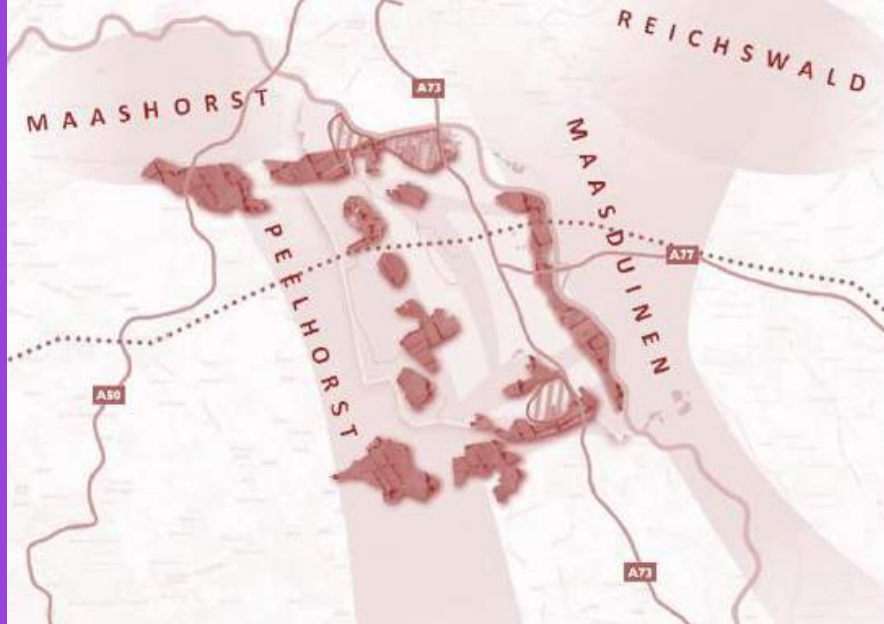
2 | VERBINDING MET OUTDOOR

De regionale sportvisie ambieert een beweging naar de gezonde koploperregio door bijvoorbeeld de openbare ruimte aantrekkelijker te laten worden om te bewegen en door gezonde voeding. Er wordt verkend of en welke product-markt combinaties ontwikkeld kunnen worden rondom vrijetijdsbeleving, outdoor activiteiten en food. Leisure Port maakt samen met de sportcoördinatoren van de regiogemeenten een plan van aanpak. Dit doet ze tegen de achtergrond dat de regio in de short break vakantiemarkt voor (3-generatie) families wil groeien.



3 | VERBINDING MET CULTUUR

Leisure Port maakt een plan van aanpak om tot nieuwe productmarkt combinaties en arrangementen te komen tussen de vrijetijdseconomie en de culturele sector. Dit doet ze tegen de achtergrond dat de regio in de short break vakantiemarkt voor (3-generatie) families wil groeien.



4 | EN MEER KANSEN... LANDBOUW, NATUUR, ZORG, DETAILHANDEL, GRENSLIGGING EN GRENDOVERSCHRIJDENDE SAMENWERKING

Voorbeelden van grensoverschrijdende samenwerking in de regio

• Reiten 2.0

Realisatie van grensoverschrijdende fysieke en digitale ruiter en men-routes (Venray en Peel & Maas).

• Vermarkten van cultuurgeschiedenis grenspark

Het grenspark Maas-Swalm-Nette, met daarin onder meer de gemeenten Venlo, Leudal en Beesel coördineert het Interreg project Cultuurgeschiedenis Digitaal. Centraal staat de innovatieve marketing van de cultuurgeschiedenis binnen het Grenspark.

Het project kent vier deelprojecten:

- Cultuurgeschiedenis en moderne media;
- Natuurtheater;
- Kwaliteitsimpuls cultuurhistorische elementen en fysiek herstel c.q. zichtbaar maken van cultuurhistorische objecten;
- Marketing en communicatie.

• Duits militaire Begraafplaats Ysselsteyn

Venray zet in op toename van grensoverschrijdend bezoek door:

- Bouw van een bezoekerscentrum op de begraafplaats;

- Colleges op basis van wetenschappelijk onderzoek door Universiteit Nijmegen en Universiteit Keulen;
- Aanbod overnachtingsmogelijkheid;
- Theater- en muziekvoorstellingen;
- Programma voor internationale touroperators.

- **Dynamic Border:** De projectpartners (Bergen, Boxmeer, Cuijk, Gennep, Goch en Weeze) beogen als groene alliantie het landelijke gebied tussen Nijmegen, Venlo en het Roergebied in een oost-west as, in het bijzonder voor het mkb, te versterken. Dit doen de partners door: kwaliteitsverbetering en bundeling van het bestaand economisch, toeristisch en cultureel grensoverschrijdend aanbod.

Doel

meer bezoekers en meer vrijetijdsbestedingen realiseren. Naast diverse niches ligt de marketingfocus in Noord-Limburg op de familiemarkt. Inhoudelijk wordt aangesloten bij de toeristische regiovisie en Limburg marketing.

Naar een marketing facilitator.

De regiomarketing van Noord-Limburg is in transitie. De uitvoeringsorganisatie van Leisure Port verandert van een centrale organisatie die namens de stakeholders marketingcampagnes uitvoert naar een facilitator in een 'lokale netwerk

community' die ondernemers en overheden vanuit visie ondersteunt in het realiseren van een marketingstrategie. Concreet en met meetbare toegevoegde waarde. Daarvoor faciliteert Leisure Port tools rondom content-management, productontwikkeling, innovatie, samenwerking, mediacampagnes en doelgroepenaanpak.

Doelgroepenaanpak.

Bij ondernemers leeft de behoefte om vanuit een doelgroepen-aanpak (bijvoorbeeld aan de hand van leefstijlen) de bedrijfs- en gebiedsmarketing in te richten.

De behoeften van consumenten kunnen zodoende beter worden verbonden aan het bijpassende vrijetijdsaanbod in de regio. Dit maakt de kans op conversie (van bezoeker naar boeker) groter en het vergroot de kwaliteitsbeleving van gasten in de regio.

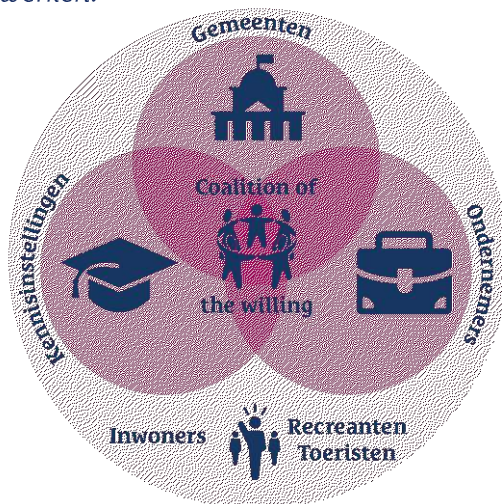


Figuur 8. Leisure Leefstijlen

5. SPELEN ALS TEAM: AAN DE SLAG

Organiseer het team dat gaat samenspelen

Spelers met verschillende eigenschappen en kernkwaliteiten zijn nu aan zet om de 24%-groeiambitie en nieuwe focus waar te maken (figuur 9). Dit kan alleen door samen te werken.



Figuur 9. Samenwerking

De volgende organisatorische acties zijn nodig om de ambities van het actieprogramma vrijetijdseconomie samen te realiseren:

1. Monitoren.

Periodieke monitoring van de vitaliteit van verblijfsrecreatie wordt uitgevoerd door de Provincie. De regio monitort op

continue basis de voortgang binnen de actielijn vitale verblijfsrecreatie en monitort de ontwikkeling van planvoorraden (inclusief status hard/zacht en saldo van transformatie/sanering). Dit laatste is vergelijkbaar met de permanente monitor voor bedrijvenlocaties: REBIS: ruimtelijk economisch bedrijventerreinen informatiesysteem. Periodiek wordt de toeristische regiomonitor herhaald. Deze meet in ieder geval de voortgang van het gestelde visiedoel: toename van bestedingen met 24% in 2025 tot ruim € 1 miljard. De laatste meting dateert van 2014 (cijfers 2013). Daarom wordt in 2017-2018 de toeristische regiomonitor opnieuw uitgevoerd en vergeleken met eerdere metingen (2014, 2008) om de lange termijn trends scherp te krijgen. Resultaten worden verwacht in 2018.

2. Ondernemend organiseren.

Het regionaal bundelen van ondernemers (one voice) is van belang om de forse ambities te realiseren en om een serieuze gesprekspartner voor de regiogemeenten en provincie te zijn. Bestuurders en/of medewerkers van brancheorganisaties in de regio spelen hier een rol in. Verkend wordt of de nieuwe ondernemers-samenwerking in de vrijetijdseconomie van Noord-Limburg geformaliseerd wordt

in een vaste (overleg)structuur of dat deze samenwerking meer netwerk-achtig rondom projecten of actielijnen plaatsvindt.

3. Regionaal organiseren.

De samenwerking tussen de gemeenten is goed. Voor de uitvoering van dit actieprogramma moet nu een volgende logische stap in de samenwerking gezet worden. Deze stap vraagt op een regionale aanpak met voldoende capaciteit om samen met ondernemers te werken aan projecten. Daarbij moet oog zijn voor de lokale toepassingen. Daar waar mogelijk worden projecten zoveel mogelijk door ondernemers uitgevoerd samen met de regio en belanghebbenden.

- **Organiseer werkgroepen met ambtelijke ondersteuning.** In het actieprogramma staan ca. 18 actiepunten en projecten verspreid over vijf actielijnen. We houden de uitvoering daarom eenvoudig en flexibel. Per actielijn formeren we een publiek-private werkgroep. Iedere werkgroep wordt voorgezeten door een ondernemer en ambtelijk ondersteund door de regio. De regio(gemeenten) zijn verantwoordelijk voor het bewaken van de voortgang binnen de actielijn. Zo ontstaan er ca. 5 werkgroepen met

duidelijke prioriteiten, opgaven en budgetten. In de werkgroepen vindt uitvoering van projecten plaats.

- **Werk aan intern draagvlak.**

Intern draagvlak bij gemeentelijke organisaties is nodig om de klantgerichte dienstverlening te vergroten. Dat kan door:

- Bekendheid creëren over het actieprogramma in de eigen organisatie;
- Door de instrumenten uit te dragen (vitaliteitsmanager, expert team, ed.);
- Handhavingsacties goed gecoördineerd op te lijnen in gemeenten;
- In het kader van de één park, één plan benadering een bedrijfscontactfunctionaris aan te stellen in plaats van verschillende ingangen voor ondernemers waardoor afdelingen tegen elkaar uitgespeeld worden.

4. Coalition of the willing.

Een coalitie van leidende personen in de regio gaat de beweging aanjagen. De coalitie wordt gevormd door een bestuurlijk boegbeeld (burgemeester), een aantal topondernemers (CEO van een verblijfsketen en van een dagattractie), het onderwijs (bijvoorbeeld een lector van de NHTV) en

vertegenwoordiger vanuit de ambtelijke top van de regio (bijv. regiodirecteur). Deze coalition of the willing wordt door een adviseur-deskundige en communicatiespecialist bijgestaan.

5. Blijf flexibel.

Elk jaar wordt een jaarprogramma opgesteld met beoogde projectresultaten en benodigde middelen. Eind 2018 wordt de huidige projectaanpak herijkt. Speciale aandacht is nodig voor de bestuurlijke continuïteit en overdracht van bestuurlijke betrokkenheid na de gemeenteraadsverkiezingen in 2018.

6. Organisatiemodel.

Onze ambities gaan we regionaal organiseren. We willen werken op basis van een organisatiemodel dat past bij de huidige structuur van de regio Venlo. De coalition of the willing is agenda-settend. Programmamanagement vindt plaats vanuit de regio Venlo. In het organisatiemodel ligt de inhoudelijke verantwoordelijkheid en voortgang per actielijn bij de deelnemende regiogemeenten. Actielijnen en gemeenten worden op logische wijze aan elkaar gekoppeld. Dit model werken we de komende tijd verder uit (zie figuur 10).

7. Financiering

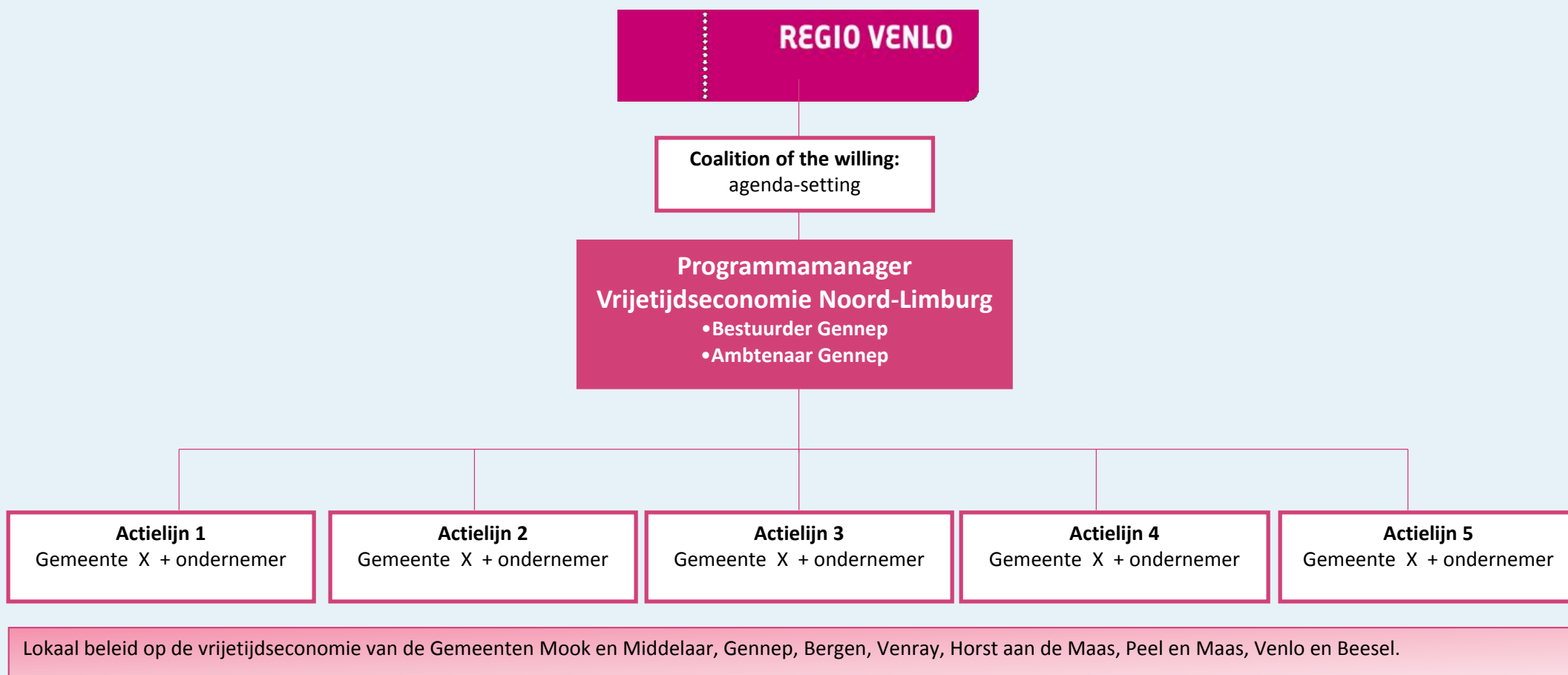
Om dit actieprogramma mogelijk te maken is een gezamenlijke, regionale investering vereist. Ondernemers gaan tijd en middelen investeren. En de overheid gaat tijd en middelen investeren.

Ondernemers gaan jaarlijks tussen de € 36.000,- en € 52.000,- investeren.

Omgeslagen per gemeente gaan gemeenten circa 550 uren en circa € 35.000,- per jaar investeren. Aan de provincie wordt een jaarlijkse co-financiering tussen de € 100.000 en € 115.000,- gevraagd. Zie ook de tabel 3 op pagina 39.

De investeringen van ondernemers zijn nog exclusief de investeringen die zij in en rondom hun bedrijven gaan plegen.

VOORLOPIG ORGANISATIEMODEL



Figuur 10. Voorlopig organisatiemodel

SAMENVATTEND OVERZICHT VAN ACTIELIJNEN EN PROJECTEN

Projecten	1. Vitale verblijfsrecreatie	2. Vitale dagrecreatie	3. Vrijetijds- landschappen	4. Cross- overs	5. Regio- marketing
	Ontwikkeldkader	Aanbod dagrecreatie versterken	Vrijetijdsland- Schappen 2025 verbeeld	Verkennen cross- overs met o.a. buitensport/cultuur	Zie toekomstplan Leisure Port
	Eén park, één plan	Kruisbestuiving tussen ondernemers	Landmarks	Verbinding VTE met Brightland Green- port Campus	
	Vitaliteitsmanager Noord-Limburg		Bruine gebieds- borden A73 en A67		
	Offensief met bungalowparken		Routes met beleving en businessmodel		
	Investerings stimuleren				
	Expertpool				
	Kruisbestuiving tussen ondernemers				
	Handhaving onei- genlijk gebruik				

Tabel 2. Actielijnen en projecten

6. WAT GAAN WE DOEN IN 2018-2019?

In 2018-2019 focussen we op de actielijn verblijfsrecreatie door:

1. Het maken van een uitnodigend ontwikkelkader verblijfsrecreatie gericht op toegevoegde waarde en nieuwe familiemarkten;
2. Aanbod dagrecreatie versterken. Samen met verblijfsketens, grote hotels in de regio en bestaande dagattracties/entertainment wordt een aanpak opgesteld om dagrecreatieaanbod en –clustering te versterken voor de familiemarkt;
3. Eén park, één plan aanpak door plannen te maken met de meest urgente verblijfsrecreatiebedrijven;
4. Het aanstellen van een Vitaliteitsmanager Noord-Limburg die de één park, één plan aanpak kracht bij zet. De vitaliteitsmanager gaat vooral werken aan excellente bedrijven en transformatie van niet-vitale bedrijven;
5. Offensief met de top 10-bungalowparken. Doel: investeren in kwaliteit en vernieuwing en samenwerken aan het vergroten van de attractiewaarde van Noord-Limburg. Daarvoor wordt een convenant met de top 10 bungalowketens afgesloten;
6. Stimuleren van private investeringen in kwaliteitsverbetering door bundeling van overheidsmiddelen en regelingen (hefboomwerking);
7. Expertpool voor korte bondige adviestrajecten in het kader van de één park, één plan-aanpak;
8. Kruisbestuiving tussen ondernemers in dag- en verblijfsrecreatie realiseren. Belangrijk is dat dit vanuit ondernemers wordt geïnitieerd;
9. Handhaving op oneigenlijk gebruik, vanuit een integrale benadering. De regio voorziet op hoofdlijnen de aanpak van:
 1. De eerste stap zetten
 2. Stappenplan
 3. Doorstappen

6. WAT GAAN WE DOEN IN 2018-2021?

	2018	2019	2020	2021	TOTAAL
Ondernemersbijdrage	€52.300	€52.300	€36.300	€36.300	€177.200
Allocatie ambtelijke uren	€318.520	€310.520	€294.520	€294.520	€1.218.080
Out-of-pocket kosten regiogemeenten	€278.500	€193.500	€163.500	€198.500	€834.000
Out-of-pocket kosten provincie	€113.500	€98.500	€98.500	€98.500	€409.000
TOTAAL	€762.820	€654.820	€592.820	€627.820	

Tabel 3. Investeringsbegroting

BIJLAGE: BETROKKEN DEELNEMERS EN ORGANISATIES

Bij de totstandkoming van dit actieprogramma zijn de volgende ondernemers en organisaties betrokken:

Organisatie/Ondernemer

1 HISWA
2 Koninklijke Horeca Nederland
3 RECRON
4 Provincie Limburg
5 Gilde Opleiding
6 HAS Venlo
7 Fontys Venlo
8 NHTV
9 Stichting Leisure Port
10 Toeristische Platforms
11 Center Parcs Group
12 Staatsbosbeheer
13 Limburgs Landschap
14 Holland Casino
15 Funforest Tegelen
16 Hotel Wilhelmina
17 Bilderberg
18 Resort Arcen
19 Hotel Juliana
20 Speelpark Klein Zwitserland
21 Yordy Tabor,
Center Parcs Heijderbos
22 4Events
23 Camping de Schaaf
24 Poppodium Roepaen
25 Camping Roland
26 Vakantiepark Leukermeer
27 Eldorado parken
28 Parkhotel Horst
29 Camping de Schatberg

Mate van betrokkenheid

Brainstorm en meelezen
Brainstorm en meelezen
Brainstorm en meelezen
Brainstorm en meelezen
Meelezen
Meelezen
Brainstorm en informeren
Meelezen
Brainstorm en meelezen
Diverse brainstorms en informeren
Brainstorm en meelezen
Brainstorm en informeren
Informeren
Informeren
Informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en meelezen
Informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en informeren
Brainstorm en meelezen
Brainstorm en meelezen

Organisatie/Ondernemer

30 De Heldense Bossen
31 Görtz Fruit B.V
32 Hotel Asteria
33 Recreatie- en vakantiepark
De Lommerbergen
34 Recreatiepark Drakenrijk

Mate van betrokkenheid

Brainstorm en informeren
Brainstorm en meelezen
Brainstorm en meelezen
Meelezen
Brainstorm en meelezen

DENKEN ALS KOPLOPER SPELEN ALS TEAM

COLOFON

Uitgave

Dit is een uitgave van de samenwerkende gemeenten van Mook en Middelaar, Gennep, Bergen, Venray, Venlo, Horst aan de Maas, Peel en Maas, Beesel en Leudal.

Samenstelling

ZKA Leisure Consultants (Merlijn Pietersma)

Vormgeving

Studio Meesterwerk (Frits Zijdeveld)

In opdracht van

Regio Venlo in samenwerking met ondernemers, onderwijs en Provincie Limburg

