

UITVOERINGSAGENDA
RECREATIE & TOERISME
FLEVOLAND

2018-2022



Inhoudsopgave

Inleiding



1. Promotie van Flevoland



2. Vergroten belevingswaarde



3. Routeontwikkeling



4. Recreatieve benutting monumenten



5. Kennis & onderzoek





Inleiding

“In 2025 staat Flevoland bekend als NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM. Bewoners en bezoekers kennen dit verhaal doordat ze erover lezen en praten, en door een verbeterde beleefbaarheid ervan”. Deze visie is opgenomen in het provinciale Beleidsplan Recreatie en Toerisme Flevoland dat eind 2016 is vastgesteld.

NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM is het verhaal van de Flevolandse gemeenten en provincie gezamenlijk. Dit uitvoeringsagenda beschrijft wat we tot en met 2022 gaan doen en hoe we elkaar kunnen versterken.



Ambitie

Het aantrekken van meer bezoekers en een toename van de bestedingen. Om dat te bereiken willen we het unieke karakter van Flevoland beter benutten. We dragen het ‘verhaal’ van NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM beter uit, zowel in promotie als in ons vrijetijdsaanbod. Samen met onze partners versterken we zo de Flevolandse vrijetijdssector.

Gezamenlijke inzet overheden

Zowel de provincie als gemeenten hebben eigen verantwoordelijkheden op het gebied van recreatie en toerisme. Hier zijn we dan ook volop mee bezig. Door onze krachten te bundelen leggen we duurzame verbindingen en bereiken we gezamenlijk meer. We delen de ambitie om het unieke karakter van Flevoland beter te benutten, meer bekendheid te genereren en kruisbestuiving tussen toerisme en overige sectoren mogelijk maken.



Samenwerking

De provincie ziet zichzelf als één van de partners in de vrijetijdsketen, ieder met zijn eigen wensen en belangen. Als gezamenlijke overheden kunnen we de sector zoveel mogelijk faciliteren en stimuleren. Om onze doelen te bereiken willen we meer samenwerken met onze partners in Flevoland en de regio's om ons heen. Hierbij doen we dan ook graag een beroep op de innovatiekracht en creativiteit van ondernemers, organisaties en gebiedspartijen in Flevoland en daarbuiten.



Ambities voor 5 programmalijnen

We concretiseren de 5 genoemde programmalijnen uit het beleidsplan aan de hand van onze uitgangspunten en geïdentificeerde kansrijke doelgroepen:

1. Promotie van Flevoland als vrijetijdsbestemming
2. Vergroten van de belevingswaarde
3. Routeontwikkeling
4. Recreatieve benutting van monumenten
5. Kennis en onderzoek

We werken op dit moment al samen aan verschillende onderdelen. En het is mooi dat we kunnen constateren dat er, kijkend naar de toekomst, nog meer ambities zijn waarvoor we ons gezamenlijk willen inzetten. We laten deze dan ook met trots zien. Samen werken we aan het versterken van ons toeristisch-recreatieve aanbod en dragen we dit uit!





Promotie van Flevoland als vrijetijdsbestemming

De Provincie Flevoland zet in op het promoten van Flevoland met een eenduidig verhaal: Flevoland als 'NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM'. In de marketing en promotie richting nederlandse en buitenlandse bezoekers staat dit verhaal van Flevoland centraal en wordt gebruik gemaakt van de sterke merken van Flevoland.

[Lees verder](#)

PROGRAMMALIJN 1



Doel:

Het vergroten van de bekendheid en verbeteren van het imago van Flevoland als sterke regio voor recreatie en toerisme.

Nieuw land op de zeebodem

Ooit bestond Flevoland alleen maar uit water, nu is het de grootste polder ter wereld. Begrippen waarmee Flevoland vaak geassocieerd wordt zijn: uniek, modern, nieuw, pionieren, innovatief, grootste polder, 6m onder de zeespiegel, water, ruimte, strijd tegen het water. Het toeristisch-recreatieve aanbod van Flevoland sluit hier bij aan. Door te kijken naar de doelgroepen en hun wensen kunnen we kansen beter benutten.



Lopende activiteiten

Via Toerisme Flevoland zet de provincie in op de provinciebrede promotie van Flevoland als vrijetijdsbestemming. Bij gemeenten ligt de focus meer op promotie van de stad en gemeente. Voor bovenregionale uitstraling zoeken we samenwerking met andere partners, waaronder de Regio Zwolle, het MRA-verband of de Coöperatie Gastvrije Randmeren. Ook wordt aangehaakt bij campagnes van het NBTC, zoals de verhaallijn Nederland Waterland uit het HollandCity concept.

[Lees meer over de lopende activiteiten](#)

Ambitie

Bewoners en bezoekers van Flevoland worden geïnspireerd door 'het verhaal van Flevoland': de ontstaansgeschiedenis, de komst van de eerste bewoners, de karakteristieke ruimtelijke inrichting, maar ook de voormalige eilanden, archeologische geschiedenis, landschapskunst, de moderne steden en het leven onder de zeespiegel. Elke locatie vormt onderdeel van het grotere verhaal, en lokale verhalen en herinneringen geven daar nog eens extra kleur aan. Elkaar aanvullend, maken deze lokale en bovenregionale verhalen Flevoland tot een unieke bestemming.

De provincie profileert zich, samen met de vrijetijdssector, als unieke en onderscheidende bestemming. Hierbij wordt rekening gehouden met de eigen identiteit die de gemeenten en vrijetijdsondernemers willen uitdragen. Op uitvoeringsniveau wordt gestreefd naar versterking door meer afstemming en het creëren van synergie tussen promotionele activiteiten.

Gezamenlijke inzet op



Extra aandacht voor themajaren



Inzet op storytelling



Promoten van de kwaliteiten van Flevoland



Digitale bereikbaarheid



Gezamenlijke trade marketing

[Lees meer over de gezamenlijke ambities](#)



Vergroten van belevingswaarde

Naast promotie van Flevoland als NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM moeten bezoekers dit verhaal ook echt kunnen ervaren. De inzet is om het unieke en onderscheidende karakter van Flevoland voor hen beter beleefbaar te maken. Hiervoor zijn toeristisch-recreatieve producten nodig die aansluiten bij het datgene wat Flevoland zo karakteristiek maakt.

[Lees verder](#)

PROGRAMMALIJN 2



Doel:

Het vergroten van de belevingswaarde in bestaande en nieuwe recreatieve en toeristische producten.

Toeristisch-recreatieve productontwikkeling

Het voortouw in het ontwikkelen van nieuwe vrijetijdsproducten ligt bij creatieve en innovatieve ondernemers en andere belanghebbenden.

De overheden spelen hierbij vooral een stimulerende rol. Dat kan bijvoorbeeld als aanjager van gebiedsontwikkeling, door de inzet van stimuleringsregelingen, door het bijeenbrengen van initiatiefnemers of door crossovers te organiseren tussen verschillende beleidsvelden.



Lopende activiteiten

De afgelopen decennia heeft Flevoland zich in sneltreinvaart ontwikkeld. Ook komende jaren staat er nog veel op stapel. Zo lopen er momenteel tal van gebiedsontwikkelingen die Flevoland steeds aantrekkelijker maakt voor recreant en toerist.

[Lees meer over de lopende activiteiten](#)



Ambitie

De ambitie is meer productontwikkeling die aansluit bij het verhaal van Flevoland én betere bovenregionale samenwerking tussen ondernemers en andere organisaties, zoals natuur- of cultuurorganisaties, zowel in als buiten Flevoland. Het verhaal van Flevoland moet beleefbaar zijn in een gevarieerd en interessant aanbod, dat aansluit bij de doelgroepen waarop we ons richten in onze marketing en promotie.

Gezamenlijke inzet op

 Stimuleren van productontwikkeling	 Aantrekken van vernieuwende en onderscheidende vormen van verblijfsaccommodaties	 Verbeteren van het vestigings- en ondernemersklimaat
---	---	---

[Lees meer over de gezamenlijke ambities](#)



Routeontwikkeling

De belevingswaarde wordt vergroot door de ontwikkeling van thematische recreatieve routes. Thematische routeontwikkeling biedt kansen om routes en bezienswaardigheden te verbinden, om beleving of identiteit toe te voegen aan het 'binnenland' van onze polder en om samenwerking tussen ondernemers te bevorderen.

[Lees verder](#)

PROGRAMMALIJN 3



Doel:

Het ontwikkelen van recreatieve routes die een deel van het unieke Flevolandse verhaal vertellen.

Aantrekkelijk routenetwerk

Om routeontwikkeling mogelijk te maken, dient de basisinfrastructuur op orde te zijn. Daarnaast is er behoefte aan pleisterplaatsen onderweg en is het van belang dat de routes ook goed vindbaar en bereikbaar zijn voor toeristen.



Lopende activiteiten

Er wordt volop gewerkt aan de routeontwikkeling in Flevoland vanuit diverse lokale ondernemers en organisaties. Daarnaast zetten gemeenten en de provincie zich in om routestructuren te verbeteren en goed op elkaar te laten aansluiten.

[Lees meer over de lopende activiteiten](#)



Ambitie

Flevoland kent een grote verscheidenheid aan thematische recreatieve routes. Inzicht in het gebruik en de beleving van routes geeft richting aan de toekomstige ontwikkeling van de routes. De tweede ambitie is om in te zetten op ondersteunende voorzieningen behorende bij routenetwerken, zoals rustplekken en pleisterplaatsen. Een derde ambitie is om in elke gemeente Toeristische OverstapPunten (TOP's) te realiseren. Dit zijn herkenbare, goed bereikbare plekken waar bezoekers kunnen parkeren, verschillende routes beginnen én horecavoorzieningen aanwezig zijn.

Gezamenlijke inzet op

 Gethematiseerde routeontwikkeling	 Route coördinatie	 Vervolg geven aan de 'Route Touristique'
 Realisatie van TOP's	 Realisatie pleisterplaatsen en rustplekken	 Bereikbaarheid Flevolandse vrijetijdssector op orde houden en verbeteren

[Lees meer over de gezamenlijke inzet](#)

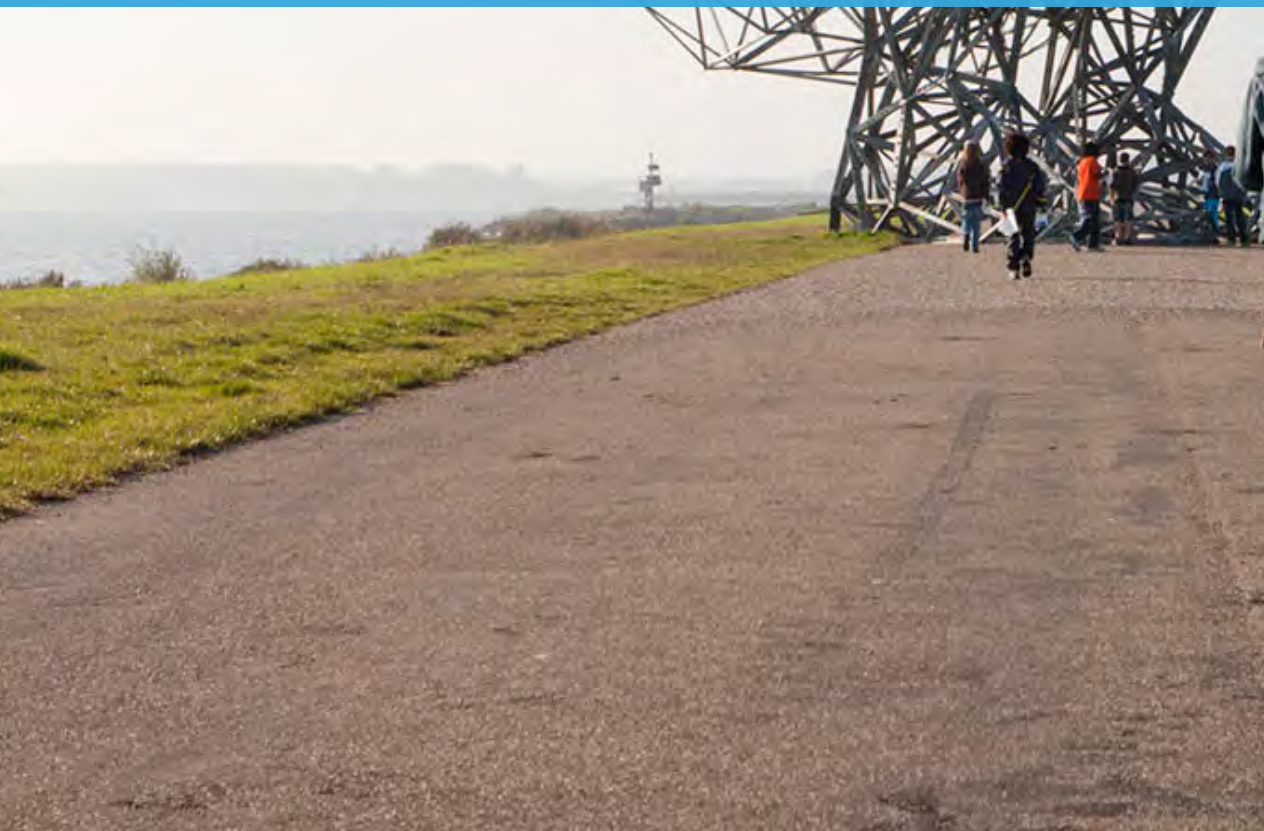


PROGRAMMALIJN 4

Recreatieve benutting van monumenten

De provincie herbergt tal van bezienswaardigheden die refereren aan het unieke en onderscheidende karakter van de provincie Flevoland. Naast de Rijks- en gemeentelijke monumenten vertellen ook sluizen, dijken, gemalen, bodemschatten en landschapskunst het verhaal van NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM.

[Lees verder](#)



Doel:

Het versterken van de recreatieve benutting van Flevolandse monumenten.

Beleving van monumenten

Veel van deze monumenten zijn nog nauwelijks beleefbaar voor bezoekers. Dijken, sluizen en gemalen zijn alleen van buiten te zien. Scheepswrakken zijn wel met bordjes aangegeven, maar dit spreekt nog te weinig tot de verbeelding. De overheden zorgen voor aanwijzing, bescherming en behoud van monumenten, het is aan de vrijetijdssector om de beleving ervan te vergroten.



Lopende activiteiten

Vanuit cultuurbeleid koesteren we onze unieke Flevolandse monumenten en dragen we bij aan het behoud, onderhoud en benutting hiervan. Dit reikt verder dan enkel Rijks- en gemeentelijke monumenten. Bij diverse lopende gebiedsprojecten wordt ook ingezet op het beter beleefbaar maken ervan.

[Lees meer over de lopende activiteiten](#)



Ambitie

Het is onze ambitie dat de Flevolandse monumenten beter bekend en beleefbaar worden. Hierbij is het de uitdaging om naast kortstondige aandacht te genereren voor onze unieke monumenten, bijvoorbeeld door het organiseren van evenementen, ook meer structurele, duurzame productontwikkeling te stimuleren.

Gezamenlijke inzet op



Deelname
Open Monumentendag
2018



Vergroten belevingswaarde
scheeps- en
vliegtuigwrakken

[Lees meer over de gezamenlijke ambities](#)



Kennis & onderzoek

Inzicht in trends en recente ontwikkelingen is een belangrijke voorwaarde voor succesvol en effectief beleid. De provincie Flevoland voert daarom jaarlijks onderzoek uit naar trends in de vrijetijdssector en laat effectmetingen uitvoeren.

[Lees verder](#)

PROGRAMMALIJN 5



Doel:

Het uitvoeren van onderzoek naar onder meer bekendheid, belevingswaarde en economische betekenis van de vrijetijdssector als kennisbron voor ondernemers en basis voor beleidsvorming.

Inzicht in kansrijke doelgroepen

Deze onderzoeken vormen bouwstenen voor beleidsvorming rond diverse vrijetijdsvraagstukken. Tevens biedt dit handvatten voor ondernemers om nieuwe product-marktcombinaties te ontwikkelen en kunnen op basis hiervan nieuwe kansrijke doelgroepen worden geïdentificeerd.



Lopende activiteiten

We volgen trends en ontwikkelingen in de vrijetijdssector en brengen de economische betekenis van de toeristisch-recreatieve sector in Flevoland in beeld. Om gericht doelgroepen aan te spreken, wordt hierbij veelal gebruik gemaakt van de Leisure Leefstijlen die inzicht bieden in de recreatiebehoefte van Nederlanders.

[Lees meer over de lopende activiteiten](#)



Ambitie

We willen onze kennis in de toeristisch-recreatieve sector verder verdiepen en het inzicht in kansrijke doelgroepen vergroten. Daarbij kijken we ook naar de knelpunten die ondernemers ervaren en ook kansen die zij zien. Hiermee krijgen we de ‘sturingsknoppen’ om beleid bij te stellen beter in zicht en kunnen we beter bepalen waar en wanneer we aan deze knoppen moeten draaien. Daarnaast monitoren we hoe het imago en de identiteit van Flevoland als toeristisch-recreatieve regio zich dankzij onze inspanningen ontwikkelen.

Gezamenlijke inzet op



Bezoekersonderzoek
Flevoland



Imago en
identiteitsonderzoek



Verkennen nieuwe
onderzoeksmethodes



Meer informatie over
stimuleringsmaatregelen



Leren van
en met elkaar

[Lees meer over de gezamenlijke ambities](#)

Colofon

Een uitgave van

Provincie Flevoland
Postbus 55 8200 AB Lelystad
Telefoon: (0320) 265265
E-mail: provincie@flevoland.nl
Internet: www.flevoland.nl

In samenwerking met

Gemeente Almere
Gemeente Dronten
Gemeente Lelystad
Gemeente Noordoostpolder
Gemeente Urk
Gemeente Zeewolde

Met medewerking van

Bureau BUITEN
www.bureaubuiten.nl

Vormgeving

Bram Peulers
www.brampeulers.nl



Bijlagen



Lopende activiteiten

Programmaliijn 1: Promotie van Flevoland als vrijetijdsbestemming

1. Citymarketing	De Flevolandse gemeenten focussen zich vooral op promotie van de stad. Zij doen dit veelal via hun eigen marketingorganisaties: Almere City Marketing, VVV Dronten, City Marketing Dronten, City Marketing Lelystad, Stichting Urk Promotie, VVV Noordoostpolder en VVV/PUUR Zeewolde. De gemeenten werken, via hun citymarketing organisaties, nauw samen met omliggende gemeenten en regio's zoals de Regio Zwolle, MRA en de Coöperatie Gastvrije Randmeren.
2. Destinatiemarketing Flevoland	Toerisme Flevoland brengt het vrijetijdsaanbod onder de aandacht bij zowel de nationale als internationale bezoeker. Hiervoor neemt Flevoland deel aan samenwerkingsverbanden ter bevordering van de groei in nationaal en internationaal toerisme. Flevoland werkt zowel samen met de betrokken Flevolandse organisaties en ondernemers als nationale sterke merken en partners zoals ANWB, VVV Nederland, NBTC en Amsterdam Marketing.
3. MRA campagne: New Land	Binnen de Metropoolregio Amsterdam (MRA) is een strategische Agenda Toerisme MRA opgesteld. In samenwerking met Lelystad, Almere en Flevoland geeft Amsterdam Marketinguitvoering aan de promotie van de regio waar Lelystad en Almere toe behoren. Flevoland wordt gepresenteerd als 'New Land': een jonge provincie met rijke historie, 's werelds grootste polder met veel ruimte en water, unieke natuur, architectuur en cultuur.
4. Faciliteren (sport)evenementen, kunst, cultuur en erfgoed	Om het Verhaal van Flevoland uit te dragen en de identiteit te versterken, worden vanuit de Beleidsnota Sport en de Nota Cultuurbeleid (sport)evenementen, podiumkunsten, amateurkunst, cultureel erfgoed en landschapskunst ondersteund. De eigenheid van de Flevoland moet hierin tot uitdrukking komen, om het profiel van Flevoland te versterken.
5. Travel Trade Flevoland	In 2016 is de coalitie Travel Trade Flevoland opgezet, met als doel business-to-business promotie van Flevoland als bestemming voor reizigers in groepen. De travel trade markt wordt hierdoor efficiënter en effectiever bewerkt. Zo worden er o.a. brochures in 3 talen gemaakt, worden arrangementen voor buitenlandse touroperators samengesteld en wordt deelgenomen aan de ITB in Berlijn; de grootste internationale trade beurs.



Lopende activiteiten

Programmaliijn 2: Vergroten van belevingswaarde

1. Ontwikkeling Nationaal park Nieuw Land	Nationaal park Nieuw Land wordt een nieuw nationaal park van wereldklasse. Het nationaal park bestaat uit: Oostvaardersplassen, Markerwadden, Markermeer en Lepelaarplassen. De gemeenten Almere en Lelystad zijn trekker van de ontwikkeling van de recreatieve poorten aan weerszijden van het gebied.
2. Gebiedsontwikkeling werelderfgoedcentrum Schokland	Unesco Werelderfgoed Schokland is het voormalig eiland in de Zuiderzee. Er wordt gewerkt aan de versterking van het gebied door onder meer de ontwikkeling van de zuidrand in het kader van het Programma Nieuwe Natuur en de verbetering van de museale functie, inclusief de bouw van een werelderfgoedcentrum.
3. Gebiedsontwikkeling Urk: De Parel van Flevoland	De gemeente Urk, Stichting Urk promotie, verschillende maatschappelijke organisaties en de provincie Flevoland investeren gezamenlijk in het Oude Dorp Urk. Door een samenhangend pakket van maatregelen worden voorwaarden geschept voor private investeringen met als doel het toerisme te versterken.
4. Gebiedsontwikkeling Flevo Funfields	De gemeente Dronten is initiatiefnemer van het gebiedsontwikkelingsproces langs de Randmeren, gericht op verbeteren van de bereikbaarheid, naamsbekendheid en de belevingswaarde. Het jaarlijkse evenement Flevo Funfields maakt hiervan onderdeel uit, evenals de verkenning voor een kabelbaan.
5. Ontwikkelagenda Waardevol Waterloopbos	Ingezet wordt op het behoud en ontwikkelen van het Waterloopbos, het voormalig buitenstation van het Waterloopkundig Laboratorium 'De Voorst'. De komende 10 jaar worden o.a. verschillende modellen gerestaureerd, wordt het model Deltagoot ontwikkeld tot een trekpleister en worden er recreatieve functies voor verschillende doelgroepen gerealiseerd.
6. Floriade Almere 2022	De inrichting van het Floriadeterrein in Almere voor de 7e wereldtuinbouwtentoonstelling, met als thema 'Growing Green Cities'. Centraal staat vernieuwing van de tuinbouwsector i.r.t. voedselproductie, duurzaamheid en gezondheid. De Floriade omvat ook de gebiedsontwikkeling van een nieuwe, groene stadswijk aan de oever van het Weerwater.
7. Versterking Recreatieve beleving Horsterwold & Hulkesteinse Bos Zeewolde	Benutting van toeristische potenties van het grootste aaneengesloten loofbos op klei van West-Europa, door onder meer uitbreiding van het dag- en verblijfsrecreatieve aanbod, duurzaam beheer en onderhoud van fiets-, vaar-, wandel- ruiter- en menpaden, rust- en uitzichtpunten, vaarexcursies en eco-safaritochten, bijzondere overnachtingsmogelijkheden, etc.
8. Ontwikkeling Marker Wadden	Een archipel van eilanden worden aangelegd, precies op de route van de trekvogels. Zo ontstaat, net als bij de Lepelaarplassen, een vogelparadijs. Ook de mens kan van dit technische hoogstandje genieten. Het wordt een heerlijke plek om uit te waaien, te wandelen en vogels te spotten, met onder meer een uitkijktoren en andere recreatieve voorzieningen.
9. Kustzone Lelystad	Versterking van de kustzone Lelystad door onder meer de ontwikkeling van Batavia Haven als riviercruisehaven, een watersportstrand, voorzieningen voor 'mountaindijken' en de realisatie van een waterwandelpad.
10. Erfgoedpark Batavialand	Een attractie die ontstaat uit de integratie van de Bataviawerf, museum Nieuw Land, en de afdeling Scheepsarcheologie van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. Gezamenlijk vormen ze een erfgoedpark waar de historie en de karakteristieken van Nederland, levend op de grens van land en water, op allerlei wijzen worden verbeeld, beschreven en tentoongesteld.
11. Kustzone Zeewolde	Doorontwikkeling van het Tulpeiland in het Wolderwijd bij Zeewolde als watersport-eiland. Het basiseiland is gerealiseerd, de watersport-, recreatie- en horecavoorzieningen zijn in ontwikkeling. Verder komt er een oeverstrook met 2 stranden en een sluis in de dijk waardoor de binnendijkse 'Polderwijk' in verbinding komt met de Randmeren.



Lopende activiteiten

Programmalijn 3: Routeontwikkeling

1. Verkenning wandelroutenetwerk	De mogelijkheden worden verkend om de wandelroutes in de provincie te verbeteren en kleinere wandelingen beter met elkaar te verbinden.
2. Onderzoek naar pleisterplaatsen	Er zijn momenteel te weinig pleisterplaatsen, met horecagelegenheid en extra voorzieningen, langs routes in Flevoland. De provincie faciliteert door te onderzoeken welke kansen er zijn. Bij de uitvoering wordt een beroep gedaan op bedrijfsparticipatie, om horecagelegenheden met een plus te ontwikkelen. De provincie stimuleert het ontwikkelen van ANWB Gastvrij-locaties middels een subsidie via Toerisme Flevoland.
3. Verbetering toeristische bewegwijzering en ontwikkeling knooppunten	Zowel de provincie als gemeenten zijn, vanuit de mobiliteitsvisie 2030, bezig met het verbeteren van de bewegwijzering en bebording naar toeristische attracties. Tevens wordt er gewerkt aan de ontwikkeling en belevingswaarde van knooppunten waar verschillende mobiliteitsstromen samen komen.
4. Ontwikkelen programma ontbrekende en zwakke schakels fietsnetwerk	In het kader van het mobiliteitsbeleid is het regionale basisfietsnetwerk gedefinieerd. Er wordt een programma ontwikkeld om zwakke schakels te verbeteren en ontbrekende schakels te realiseren. De bereikbaarheid van belangrijke toeristisch-recreatieve locaties en land-art objecten wordt hierin meegenomen.



Lopende activiteiten

Programmaliijn 4: Recreatieve benutting van monumenten

1. Onderzoek naar openstelling van Gemaal Wortman	Het Werkeiland, gemaal Wortman en haar sluizen zijn erfgoed. Het heeft momenteel geen status, onderzocht wordt in hoeverre openstelling mogelijk is en of er een beschermd stadsgezicht van gemaakt kan worden.
2. Verkenning en realisatie 8e landart-object in Flevoland	Landschapskunst en Flevoland zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. De provincie Flevoland herbergt om dit moment 7 landschapskunstwerken, nergens ter wereld is in een relatief klein gebied zoveel landschapskunst te bezoeken. Er wordt gewerkt aan de realisatie van een nieuw landschapskunstwerk in het kader van 100 jaar Zuiderzeewet.
3. Gebiedsontwikkeling Urk: De Parel van Flevoland	De gemeente Urk, Stichting Urk promotie, verschillende maatschappelijke organisaties en de provincie Flevoland investeren gezamenlijk in versterken van de cultuurhistorie van de Haven en het Oude Dorp Urk. Door een samenhangend pakket van maatregelen worden voorwaarden geschept voor private investeringen met als doel het toerisme te versterken.
4. Ontwikkelagenda Waardevol Waterloopbos	Ingezet wordt op het behoud en ontwikkelen van het Waterloopbos, het voormalig buitenstation van het Waterloopkundig Laboratorium ‘De Voorst’. De komende 10 jaar worden o.a. verschillende modellen gerestaureerd, wordt het model Deltagoot ontwikkeld tot een trekpleister en worden er recreatieve functies voor verschillende doelgroepen gerealiseerd.
5. Het Verhaal van Flevoland	Vanuit de Omgevingsvisie wordt het Verhaal van Flevoland - erfgoed van de toekomst - met partners verder uitgewerkt. Het Verhaal wordt gebruikt als impuls voor o.a. educatie, recreatie, toerisme en marketing. Vanuit de Nota Cultuurbeleid 2017-2020 wordt ingezet op het beleefbaar maken van de 4 gekozen verhaallijnen over Flevoland: Sporen van het oude land, Flevoland Waterland, Iconen van de Wederopbouw en Flevoland als kunstwerk.
6. Ruimtelijke ontwikkelingen Knardijk	De Knardijk heeft sinds medio 2016 geen functie als regionale waterkering meer. De veiligheidsnormering voor deze dijk is daarmee komen te vervallen en maakt maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkelingen rond de dijk mogelijk. De Knardijk draagt bij aan het verhaal van Flevoland en is voor veel Flevolandse een herkenbaar punt in het landschap.
7. Plaatsing Markeringspalen Crash-sites Vliegtuigen WWII	Op diverse plaatsen waar tijdens de 2e wereldoorlog vliegtuigen zijn neergestort, worden markeringspalen geplaatst. In Dronten en Noordoostpolder zijn deze palen reeds geplaatst, Zeewolde volgt binnenkort. Deze palen geven informatie over het vliegtuig, herkomst & vliegroute, bemanning en bijzonderheden over het ongeluk.



Lopende activiteiten

Programmaliijn 5: Kennis en onderzoek

1. Continue Vakantie Onderzoek (CVO)	Er wordt jaarlijks onderzoek uitgevoerd naar korte en lange binnenlandse en buitenlandse vakanties. Het CVO geeft inzicht in de ontwikkelingen en trends op de Nederlandse vakantiemarkt. NBTC-NIPO Research voert dit onderzoek uit.
2. Continue VrijeTijdsOnderzoek (CVTO)	Er wordt driejaarlijks onderzoek uitgevoerd naar het vrijetijdsgedrag van Nederlanders (tot 2015 was dit tweejaarlijks). Het CVTO geeft een breed en diepgaand inzicht in de structuur, de ontwikkelingen en de trends op de vrijetijdsmarkt. De onderzoeksresultaten geven inzicht in onder andere de populariteit van de verschillende activiteiten, welke combinaties van activiteiten veel voorkomen, wanneer activiteiten worden ondernomen, hoe de consument zich verplaatst. NBTC-NIPO Research voert dit onderzoek uit.
3. Flevoland is Founding Partner Leisure Leefstijlen	Flevoland is de ge provincie die geïnvesteerd heeft in de Leisure Leefstijlen van de RECRON , samen met andere provincies. De Leisure Leefstijlen geven inzicht in de vakantiewensen- en behoeften van Nederlanders. De gehele vrijetijdssector wordt hier mee in beeld gebracht. Flevoland zorgt ervoor dat de database, waaruit alle onderzoeken worden uitgevoerd, regelmatig wordt geüpdate. Het beleid van de Flevolandse overheden om de vrijetijdssector te ontwikkelen is mede hierop gebaseerd.
4. Onderzoek leefstijlen verblijfsrecreatie accommodaties	Er komt een vraag-aanbodanalyse op basis van de methodiek van de Leisure Leefstijlen van de RECRON. Aan toeristische bedrijven wordt aangeboden om hun bedrijf te ‘kleuren’ a.d.h.v. de Leisure Leefstijlen. Dit helpt zowel de ondernemers om na te denken over de juiste match tussen hun aanbod en de doelgroep, alsook de andere partners bij product- en beleidsontwikkeling.
5. Regiomerkenonderzoek	Veel provincies in Nederland zijn bezig met het onderwerp regiobranding. Maar wat is nu daadwerkelijk de kracht van de reeds ontwikkelde merken en welk effect hebben ze op (potentiële) bezoekers? En hoe verhouden de verschillende regiomerken in Nederland zich tot elkaar? Allemaal vragen waar het tweejaarlijks onderzoek ‘De kracht van regiomerken’ van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen antwoord op geeft. De provincie Flevoland is deelnemer aan dit onderzoek.



Ambities waarop we gezamenlijk op inzetten

Programmaliijn 1: Promotie van Flevoland als vrijetijdsbestemming



Extra aandacht voor themajaren

Speciale - en voor Flevoland belangrijke - themajaren zullen beter worden benut in de promotie van Flevoland. Thema's zijn o.a. 100 jaar Zuiderzeewet in 2018, de opening van Lelystad Airport in 2019 en de Floriade in 2022.



Inzet op storytelling

Flevoland is uniek met een bijzondere historie en karakteristieke verhalen. Er wordt gefocust op het verhaal van Flevoland, zowel lokaal als regionaal om te komen tot interessante verhaallijnen die gebruikt kunnen worden bij promotie en productontwikkeling.



Promoten van de kwaliteiten van Flevoland

In gezamenlijkheid met de vrijetijdssector worden de cultuur(historie) en de groenblauwe kwaliteiten waaronder de natuurgebieden en grote wateren gepromoot.



Digitale bereikbaarheid

Het doel is om de digitale bereikbaarheid van Flevoland en haar toeristisch-recreatieve aanbod te vergroten. Om dit te bereiken wordt o.a. de content van websites meer geïntegreerd en wordt gekeken naar de mogelijkheden voor digitale toepassingen zoals apps en widgets.



Gezamenlijke trade marketing

Trade marketing richt zich op het aantrekken van groepen bezoekers. Door ons gezamenlijk te richten op de professionele aanbieders van toeristisch-recreatief aanbod voor internationale groepen, zoals touroperators, kunnen er nieuwe groeimarkten voor de bestemming Flevoland worden aangeboord.

Ambities waarop we gezamenlijk op inzetten

Programmaliijn 2: Vergroten van belevingswaarde



Stimuleren van productontwikkeling

Ter bevordering van (innovatieve) vrijetijds-economische productontwikkeling die bijdraagt aan het verhaal van Flevoland en de samenwerking tussen ondernemers wordt een stimuleringsregeling uitgewerkt. Hierbij wordt samen met de sector gekeken naar effectieve voorbeelden van regelingen en triggers voor samenwerking uit andere regio's.



Aantrekken van vernieuwende en onderscheidende vormen van verblijfsaccommodaties

Binnen Flevoland zijn al enkele bijzondere verblijfsaccommodaties, o.a. op het water, in een boom of zeecontainer. Passend bij het unieke karakter van Flevoland is uitbreiding met nieuwe producten, zoals bij Nationaal Park Nieuw land, gewenst. Dit versterkt de belevingswaarde en het innovatieve karakter van Flevoland. De creativiteit van ondernemers is hierbij onontbeerlijk.



Verbeteren van het vestigings- en ondernemersklimaat

Doel is om de investeringsmogelijkheden voor recreatieondernemers te verbeteren. Vanuit de samenwerkende overheden wordt gekeken hoe ondernemers hier het beste in kunnen worden ondersteund. Mogelijke dilemma's zijn o.a. het verkrijgen van grondposities, kosten en financiering en vergunningstrajecten.

Ambities waarop we gezamenlijk op inzetten

Programmalijn 3: Routeontwikkeling



Gethematiseerde routeontwikkeling

De provincie kent tal van wandel-, fiets-, auto-, mountainbike-, kano- en vaarroutes. Er liggen kansen voor uitbreiding van het aantal gethematiseerde routes die de beleefbaarheid van het Flevolandse verhaal versterkt én de samenwerking tussen ondernemers bevordert.



Route coördinatie

Om het routenetwerk aantrekkelijker te maken en gethematiseerde routeontwikkeling te stimuleren wordt verkend welke aspecten en activiteiten in gezamenlijkheid kunnen worden georganiseerd.



Vervolg geven aan de 'Route Touristique'

Flevoland beschikt over meerdere mogelijkheden om de snelweg te verlaten en interessante punten aan te doen. In 2017 is de 'Route Touristique Flevoland' ontwikkeld: een toeristische autoroute die langs allerlei Flevolandse toeristische punten en attracties gaat. Verkend wordt of en op welke wijze deze kan worden uitgebreid.



Realisatie van TOP's

Op basis van een gezamenlijke verkenning zijn er in elke gemeente locaties geselecteerd die zich lenen voor de ontwikkeling naar een Toeristisch OverstapPunt, oftewel TOP. Eind 2017 wordt gestart met de verdere voorbereidingen om de realisatie van TOP's en routeontwikkeling vanuit de TOP's mogelijk te maken.



Realisatie pleisterplaatsen en rustplekken

Om de recreant de mogelijkheid te bieden uit te rusten en tegelijk meer te weten te komen over het verhaal van Flevoland is het gewenst dat er vooral langs fiets- en wandelroutes meer rustplekken en pleisterplaatsen komen. Soms kan worden volstaan met een bankje in de berm, in andere gevallen liggen er kansen om aan te haken op initiatieven van ondernemers.



Bereikbaarheid Flevolandse vrijetijdssector op orde houden en verbeteren

Bereikbaarheid en infrastructuur (weg, OV, fiets, wandelen, varen en vliegen) overstijgen weliswaar het toeristisch beleidsveld, zij vormen wel een fundamentele basis voor een aantrekkelijk toeristisch-recreatief product. De ambitie is om vanuit toeristisch perspectief knelpunten in beeld te brengen en oplossingen aan te dragen.

Ambities waarop we gezamenlijk op inzetten

Programmaliijn 4: Recreatieve benutting van monumenten



Deelname aan
Open Monumentendag
2018

Om aandacht te vestigen op onze unieke monumenten, nemen Flevolandse monumenten deel aan de Open Monumentendag in 2018. In 2018 vieren we ook 100 jaar Zuiderzeewet. Dit biedt gelegenheid om onze monumenten extra onder de landelijke aandacht te brengen. Tevens is het een stimulans om meerdere monumenten tijdelijk en permanent open te stellen.



Vergroten belevingswaarde
scheeps- en
vliegtuigwrakken

Enkel het markeren van scheeps- en vliegtuigwrakken zegt onvoldoende over de locaties en achterliggende verhalen. Er wordt daarom ingezet op het vergroten van de belevingswaarde van scheeps- en vliegtuigwrakken: op welke wijze kan de beleving écht worden vergroot? Dit zal niet gebeuren bij alle wrakken, er wordt een inventarisatie gemaakt van kansrijke locaties, o.a. dichtbij attracties, goed bereikbaar en/of aansluitend op routestructureren. De wijze waarop de belevingswaarde wordt vergroot kan tevens per locatie verschillen.

Ambities waarop we gezamenlijk op inzetten

Programmalijn 5: Kennis en onderzoek



Bezoekersonderzoek Flevoland

Het CVO en CVTO geven inzicht in het vakantie- en vrijetijdsgedrag op provinciaal niveau. De ambitie is om te verkennen of het mogelijk is om ook representatieve informatie per gemeente te krijgen, en tegen welke kosten. De gemeenten kunnen op basis daarvan in de toekomst eventueel jaarlijks onderzoek laten uitvoeren.



Imago en identiteitsonderzoek Flevoland-breed gericht op recreatie en toerisme

Er worden imago-onderzoeken uitgevoerd, soms lokaal, soms regionaal, maar niet altijd gericht op recreatie en toerisme. Om effecten van het beleid en betere branding te kunnen monitoren is de ambitie om te kijken op welke wijze en met welke frequentie dit type onderzoek vanuit het perspectief van het verhaal van Flevoland het beste kan worden uitgevoerd. Dit om een representatief beeld te krijgen en ook veranderingen te kunnen signaleren.



Verkennen nieuwe onderzoeksmethodes

Verkennen welke nieuwe technieken beschikbaar zijn om gewenste informatie over de vrijetijdssector beschikbaar te krijgen en daar zo mogelijk mee te experimenteren. Denk hierbij aan het gebruiken van pintransacties, mobiele telefoons en tellingen met sensoren.



Meer informatie over stimuleringsmaatregelen

Ondernemers kunnen gebruik maken van verschillende subsidie- en stimuleringsregelingen, variërend van gemeentelijke regelingen tot **provinciale**, regionale, landelijke of Europese. Vanuit de sector is aangegeven dat er behoefte is aan meer inzicht in de verschillende regelingen, voorwaarden en advies bij het benutten ervan.



Leren van en met elkaar

Flevoland is continu in ontwikkeling. Daardoor is er veel op andere beleidsterreinen gaande, zowel binnen de provincie en de afzonderlijke gemeenten, waarvan het lastig vooraf aan te geven is wat de implicaties zijn voor toerisme en recreatie. Door actief in te zetten op samenwerking, elkaar zo veel mogelijk pro-actief te informeren en te betrekken kunnen we onze krachten waar dat kan bundelen, cross-overs signaleren en de activiteiten stroomlijnen.

Uitgelicht

Visie: Nieuw land op de zeebodem in 2025

In onze visie staat Flevoland in 2025 bekend als NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM. Bewoners en bezoekers kennen dit 'verhaal' niet alleen van horen zeggen maar vooral door een verbeterde beleefbaarheid ervan. Bezoekers kunnen er niet omheen, of ze nu een museum bezoeken, struinen door de natuur of verblijven op een grootschalig vakantiepark.

Ondernemers zijn trots op hun provincie en zij dragen dit ook uit. In hun aanbod verwijzen zij op tal van manieren naar NIEUW LAND OP DE ZEEBODEM. Zo verkopen zij streekproducten, verstrekken informatie over nabije bezienswaardigheden en ontwikkelen nieuwe (belevings)producten passend bij het Flevolandse DNA. Bezoekers krijgen zo een vrijetijdsbeleving die specifiek is voor Flevoland.

Er is een fijnmaziger vrijetijdsnetwerk ontwikkeld waarbij ook het landelijk gebied met de agrarische ondernemers en hun recreatieve aanbod vaker door bezoekers wordt verkend. Verblijfsplekken, recreatieve voorzieningen en bijzondere locaties zijn sterk met elkaar verbonden. Zo zijn er onder meer diverse unieke vrijetijdsarrangementen en thematische belevingsroutes. Mede hierdoor is Flevoland beter ontsloten voor de bezoekers van omringende regio's.

De (vrijetijds)ondernemer is innovatief en ondernemend. Ondernemers weten elkaar snel en vaak te vinden, in promotie en vooral in productontwikkeling gericht op kansrijke doelgroepen. Veelvuldig wordt de samenwerking gezocht met partners in de wereld van de sport, kunst&cultuur, natuur en erfgoed.

De provincie heeft zich bewezen als waardevolle samenwerkingspartner bij het up-to-date houden en toekomstbestendig maken van het Flevolandse vrijetijdsaanbod.

Uitgelicht

Uitgangspunten provinciale inzet

- De Provincie ondersteunt initiatieven waarin het unieke en onderscheidende karakter van Flevoland centraal staat en die in potentie bijdragen aan het vergroten van het aantal dag- en/of verblijfsrecreanten.
- Het verbinden van het aanbod (bijv. verblijfsaccommodaties en dagattracties) is een belangrijk onderdeel van de strategie. Ook crossovers met onder meer sport, cultuur en natuur bieden kansen op nieuwe producten.
- We zetten in op slimme coalities tussen Flevolandse ondernemers, overheden en overige belanghebbenden. Waar kansrijk trekken we ook op met de regio's om ons heen. Iedere samenwerking dient gericht te zijn op het ontwikkelen van aanbod dat past bij de vraag van kansrijke doelgroepen.
- De Provincie richt zich op bovenlokale opgaven en initiatieven.
- De Provincie vraagt bij alle initiatieven aandacht voor een duurzame instandhouding.

Uitgelicht

Kansrijke doelgroepen

Als Provincie streven we naar meer bezoekers en meer bestedingen. Bij het waarmaken van deze ambities, onderscheiden wij de volgende vijf kansrijke doelgroepen:

- Groeiende Nederlandse bevolking, in Flevoland en in de nabijgelegen Metropoolregio Amsterdam
- Verblijfstoeristen in Flevoland verleiden tot het ondernemen van activiteiten in de regio
- Verblijfstoeristen in de omliggende regio's verleiden tot een dagbezoek aan Flevoland
- Nabije markten, met name Duitsland en België
- Inkomende toeristen Amsterdam verleiden tot een dagbezoek aan Flevoland

Opgemerkt wordt dat er binnen deze kansrijke doelgroepen, onder invloed van onder meer leeftijd, inkomen en interesses, grote verscheidenheid bestaat aan recreatiegedrag. Bij het toekomstbestendig maken en houden van het vrijetijdsaanbod is het van cruciaal belang om hier aandacht voor te hebben en zo (blijvend) aan te sluiten op de wensen van doelgroepen.