



Visie op Recreatie en Toerisme Gemeente Ede

Naar de smakelijkste bestemming op de Veluwe 2017-2022



Voorwoord

De strijd om de vrije tijd woedt in alle hevigheid. Wie verleidt de recreant het beste? Waar slaat de toerist zijn tent op? Het goede nieuws is dat recreatie en toerisme bloeien op de Veluwe. De Veluwe is een ijzersterk merk. Ik ben daar blij mee. De vrijetijdssector geeft een positieve vibe aan Ede en levert een belangrijke bijdrage aan onze lokale economie.

Maar een bloeiende sector vraagt onderhoud. Daarom heeft de gemeente Ede voor het eerst, samen met stakeholders uit het werkveld, een visie op toerisme en recreatie gemaakt. In deze visie geven we richting aan ons beleid voor de komende jaren.

Wat staat ons te doen? Een greep uit de visie: we willen meer en jongere doelgroepen naar de Veluwe halen, actieve vormen van recreatie en toerisme stimuleren, verbindingen voor wandelaars en fietsers verbeteren. Onze kernthema's zijn: active, culture, taste en relax.

Vanzelfsprekend blijft de beleving van de natuur op de Veluwe de belangrijkste pijler waarop recreatie en toerisme steunt. En we koesteren onze iconen: het Park Hoge Veluwe en Kröller-Müller museum zijn natuurlijk trekkers van formaat. Met de World Food Experience breiden we dat arsenaal bovendien uit.

Ik heb er alle vertrouwen in dat deze visie ondernemers inspireert om hun aanbod verder te ontwikkelen of nieuwe initiatieven te starten. Als gemeente ondersteunen we dat graag. We bieden snel helderheid over wat wel en niet kan en met het team Recreatie & Toerisme bieden we één duidelijk ingang voor de sector. Zo werken we samen aan een vitale en eigentijdse toerisme- en recreatiesector.

Willemien Vreugdenhil
Wethouder toerisme en recreatie

Colofon

Visie op Recreatie en toerisme in gemeente Ede is een uitgave van de gemeente Ede.

Opdrachtgever: Gemeente Ede, wethouder W. Vreugdenhil

Auteurs: J.J. (Jan Jaap) Thijs, drs.
C. (Cindy) Gelderman, BSc
Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Opmaak: Twaalfdozijn

Fotografie: Twaalfdozijn
visitveluwe.nl (pagina 12)

Eindredactie: Team Recreatie en Toerisme gemeente Ede

Bij het samenstellen is de grootst mogelijke zorgvuldigheid nagestreefd. Toch kan de informatie in deze uitgave niet juist of onvolledig zijn. De gemeente Ede is hiervoor niet aansprakelijk. Als u van mening bent dat er beeldmateriaal is gebruikt waarover u het beeldrecht heeft, neem dan contact op met de gemeente Ede via postbus 9022, 6710 HK Ede

Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen, in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de gemeente Ede.



Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inhoudsopgave	5
1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Doelstelling	7
1.3 Verantwoording	8
1.4 Afbakening	8
1.5 Leeswijzer	9
2 De droom: een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector in 2030	10
3 Analyse en uitdagingen voor de sector	11
3.1 Swot-analyse	11
3.2 Uitdagingen	12
4 Van visie naar uitvoering – vijf speerpunten	13
Overzicht speerpunten en acties	13
Speerpunt 1. beleefbaar stamkapitaal: natuur, landschap en cultuur	14
Speerpunt 2. vitale verblijfsrecreatie	16
Speerpunt 3. aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken	19
Speerpunt 4. veelzijdige topactiviteiten	21
Speerpunt 5. herkenbare toeristische marketing en informatievoorziening	22
5 Samen werken aan vrije tijd	24
5.1 Interne organisatie	24
5.2 Samen werken	24
5.3 Kennis en monitoring	25
5.4 Vindbaar- en bereikbaarheid	25
5.5 Randvoorwaarden	25
Bijlage 1. Verantwoording deskresearch	26
Bijlage 2. samenvatting leisure leefstijlen	27



Inleiding

1.1 Aanleiding

“De Veluwe op 1.” Met deze prachtige ambitie werken de verschillende overheden en gebiedspartijen op de Veluwe samen om de Veluwe weer als populairste vakantiebestemming binnen Nederland op de kaart te zetten. De Veluwe is daartoe al goed op weg onder het motto: ‘beleef de beste Veluwe’. De regio staat nu qua overnachtingen op nummer 2 en loopt haar achterstand op de Noordzeebadplaatsen in.

De gemeente Ede heeft een belangrijk aandeel in recreatie op de Veluwe. Inwoners en bezoekers kunnen genieten van de schat aan natuur en cultuur die de gemeente rijk is. Uit recente cijfers blijkt dat maar liefst negen procent van alle overnachtingen op de Veluwe plaats vindt binnen de gemeente Ede. Ede komt hiermee op de derde plaats van Veluwe gemeenten. Dagrecreanten besteden jaarlijks zo’n 130 miljoen euro in de gemeente en samen met de bestedingen door toeristen – nog eens 35 miljoen euro – is dit goed voor 2.980 banen in de sector.

Gezien het economische belang van de recreatie- en toerismesector in gemeente Ede mag een visie hierop niet ontbreken. Voor u ligt de visie op de recreatie- en toerismesector van gemeente Ede: op naar een blijvend vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector! In deze visie schetsen we een droom, een stip aan de horizon voor het jaar 2030 en zetten we de strategie neer voor de jaren 2017 tot en met 2022.

1.2 Doelstelling

Het voornaamste doel van deze visie is een vitaal en eigentijds aanbod met vraaggerichte, onderscheidende en toekomstbestendige recreatief-toeristische producten en bedrijven. Een sector die steeds meer kwaliteit biedt aan haar gasten. We formuleren ambities en creëren focus en ruimte voor doorontwikkeling van de sector en het product, waardoor er meer bezoekers komen die meer uitgeven. Dit leidt tot meer werkgelegenheid en draagt bij aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat.

Dit maken we meetbaar aan de hand van de groei van bestedingen en werkgelegenheid; die minstens net zo goed moeten zijn als de gemiddelde ontwikkeling op de Veluwe.

De realisatie van een vitale en eigentijdse sector is in praktijk een zaak van lange adem, waarbij alle partijen de schouders eronder moeten zetten. Dat kan de gemeente niet alleen. We doen dat met nadruk samen met ondernemenden en organisaties in het werkveld van recreatie en toerisme in de regio.

Ondernemenden zullen zelf met hun product het verschil moeten maken, waar nodig gefaciliteerd door de gemeente, vanuit deze visie. Als gemeente kan je immers niet aan alle knoppen draaien die invloed hebben op het recreatie- en toerisme werkveld. De toeristische markt in Nederland kan krimpen of juist groeien door economische of politieke ontwikkelingen en is afhankelijk van de weersomstandigheden. Daarom hanteert de gemeente Ede een relatieve doelstelling, die gebaseerd is op een vergelijking met de gemiddelde ontwikkeling op de Veluwe. Zo kan gemeente Ede monitoren of het beleid en de uitvoering daarvan voldoende vruchten afwerpen.

Op basis van deze visie zal de gemeente een uitvoeringsprogramma opstellen waarin activiteiten, projecten en fasering worden uitgewerkt.

1.3 Verantwoording

Om te komen tot deze visie is gebruik gemaakt van diverse plannen en rapporten geschreven voor Gemeente Ede, die deels raken aan of deels beleid bevatten ten behoeve van de recreatie- en toerismesector, denk hierbij aan het Programma Buitengebied, de Veluwe Agenda en het Fietsplan met betrekking tot MTB-routes. De sector en vertegenwoordigers daarvan zijn betrokken via sonderende gesprekken en een klankbordgroep. Inwoners, ondernemenden, maatschappelijke instellingen, vrijwilligers, verenigingen waren uitgenodigd om hun input en ideeën te leveren via twee stakeholdersbijeenkomsten. Alle informatie heeft geleid tot deze visie.

De gemeente Ede heeft een uitgebreide historie als voedselproducerende regio, en bevindt zich in het hart van Food Valley: met de Wageningen Universiteit, andere kennisinstellingen en food gerelateerde bedrijven de internationale topregio voor kennis en innovatie op het gebied van voedselproductie. In het gebied zijn veel bijzondere adressen waar je rechtstreeks bij de boer de verse producten kunt kopen. Lokale restaurants maken daarvan dankbaar gebruik bij het opstellen van de menukaart. Je vindt in Ede dus alle schakels van de keten, van boer tot bord. Voedsel staat ook bij uitstek centraal in het World Food Center. Hier zien en beleven bezoekers waar ons voedsel vandaan komt, hoe het wordt geproduceerd, bewerkt, getransporteerd en geconsumeerd.

1.4 Afbakening

1.4.1 Definities

In deze visie spreken we over de recreatie- en toerismesector; om aan te geven dat deze visie gaat over het versterken en beleefbaar maken van hetgeen gemeente Ede te bieden heeft aan recreanten (waaronder inwoners) en toeristen. Onder recreatie verstaan we alle vrijetijdsactiviteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning, anders dan bezoek aan bijv. familie en vrienden. Onder toerisme verstaan we elke vorm van vrijetijdsbesteding die gepaard gaat met tenminste één overnachting in een bedrijfsmatig geëxploiteerde accommodatie.

Net als vele definities, zijn de definities van recreatie en toerisme niet volledig en bevatten ze grijze gebieden, zoals zakelijk toerisme. We houden dan ook niet vast aan strikte definities: als we het hebben over de recreatie- en toerismesector dan bedoelen we (aanbieders van) activiteiten en voorzieningen die voorzien in de behoefte aan toeristisch verblijf en recreatief vermaak. De 'sector' is dus zeer uiteenlopend, van aanwezig natuurschoon tot bedrijven die omzet genereren door toeristen en recreanten.

Verder spreken we in deze visie veelal over 'ondernemenden', daar waar we de gehele sector bedoelen: natuurlijk ondernemers van recreatieve en toeristische bedrijven, maar ook de vele stichtingen, vrijwilligersorganisaties, burgerinitiatieven e.d., die gezamenlijk het mooie recreatie- en toerisme product in onze gemeente maken; voor zowel de toerist als de inwoner van onze gemeente zelf.

In deze visie komt **toeristische marketing** aan bod. Hierbij gaat het om het vermarkten van het recreatie- en toerisme aanbod en



bijbehorende informatievoorziening voor branding van gemeente

Ede gaat over het positioneren van Ede als merk met als doel het beïnvloeden van ruimtelijk gedrag van specifieke groepen, zoals inwoners, studenten, bedrijven, etc. De branding-strategie is het terrein van citymarketing en maakt geen deel uit van deze recreatief-toeristische visie maar in het City-Marketingbeleid. Ook de voor Ede gekozen marketingthema's Food & Veluwe zijn voor deze visie een gegeven.

Relatie Recreatie en Toerisme met Citymarketing

Deze visie gaat niet over Citymarketing. Citymarketing betreft de 'branding' van gemeente Ede, ofwel het positioneren van Ede als merk met als doel het beïnvloeden van ruimtelijk gedrag van specifieke groepen, zoals inwoners, studenten, bedrijven, etc. De branding-strategie maakt geen deel uit van deze recreatief-toeristische visie maar van het Citymarketingbeleid. De voor Ede gekozen marketingthema's Food & Veluwe zijn voor deze visie dan ook een gegeven.

Deze visie gaat wel in op het onderdeel toeristische marketing. Toeristische marketing betreft het vermarkten van het vrijetijdsaanbod en de bijbehorende informatievoorziening. Deze visie geeft weer wat vanuit het perspectief van de sector nodig is om het vrijetijdsaanbod bij inwoners en bezoekers onder de aandacht te brengen. Visit Veluwe en Citymarketing Ede zijn hierbij elkaar aanvullende kanalen.

1.4.2 Recreatie en toerisme en de relatie met andere beleidsterreinen

Dit is de allereerste visie op het gebied van recreatie en toerisme

van de gemeente Ede. Dat is eigenlijk best bijzonder. De recreatief-toeristische sector is immers al veel langer een sector van belang binnen onze gemeente. Het is mooi dat we nu met elkaar een helder beeld hebben van waar we met deze belangrijke sector naar toe willen. Binnen de gemeente zal dat soms tot uitdagingen leiden. We zijn als organisatie immers nog niet gewend om te werken met een specifiek recreatief-toeristisch beleid.

In het recreatie- en toerismebeleid maken we gebruik van de kwaliteiten van de gemeente Ede op het gebied van andere beleidsterreinen, zoals cultuur, erfgoed en natuur. Deze kwaliteiten willen we met de sector versterken en vindbaar en beleefbaar maken. We sluiten daarbij zo veel mogelijk aan op hetgeen er al gebeurt. De focus van recreatie en toerisme kan echter afwijken van een domein specifiek beleid. Dit komt omdat we door een (voor de gemeente nog nieuwe) recreatief-toeristische bril naar een domein kijken. Met andere woorden: in deze visie maken we keuzes op basis van wat het meest relevant is voor de recreant of toerist. De uitdaging wordt om de synergie op te zoeken tussen de beleidsterreinen en te kijken waar de beleidsterreinen elkaar raken en kunnen versterken.

1.4.3 Ruimtelijk kader

Een ruimtelijk kader is één van de instrumenten die bijdraagt aan de realisatie van deze visie. Relevante ruimtelijke kaders die al bestaan zijn bijvoorbeeld het bestemmingsplan, de structuurvisie buitengebied en het Programma Buitengebied. Er is zowel vanuit de gemeente als vanuit de sector behoefte aan actuele, ruimtelijke beoordelingskaders over waar ontwikkelingen letterlijk kunnen 'landen' en hoe de gemeente deze plannen en ontwikkelingen beoordeelt en faciliteert. Het ruimtelijk kader moet initiatiefnemers een handvat geven bij het uitwerken van hun plannen. De vraag om een duidelijk ruimtelijk kader speelt met name rondom ontwikkelingsmogelijkheden voor verblijfsrecreatieve bedrijven en dagrecreatie. Deze visie geeft op hoofdlijnen de richting (stip op de horizon) aan waar we met de recreatief-toeristische sector naar toe willen.

Concrete ruimtelijke beoordelingskaders over hoe we om gaan met individuele plannen en initiatieven zijn niet in deze visie weergegeven. Het is belangrijk dat eerst de ambitie duidelijk wordt. Op basis van de ambities kunnen we het ruimtelijke spoor nader uitwerken. Dit is één van de actiepunten van het uitvoeringsprogramma dat volgt op deze visie. De vorm waarin dat zal gebeuren is nog niet vastgesteld: dit kan zijn in de vorm van een nog te ontwikkelen recreatie-menukaart of handreiking, of een andere vorm van uitgangspunten. In elk geval is het uitnodigingskader van de Omgevingswet leidend.

Handhaving is een middel dat bijdraagt aan het realiseren van de doelstellingen van deze visie. Handhaving op strijdig gebruik, waaronder permanente bewoning van recreatiewoningen, vindt plaats op grond van bestaand beleid. Dit beleid komt in deze visie niet nader aan de orde.

1.4.4 Zakelijk Toerisme

De ambities op het gebied van zakelijk toerisme hebben een nauwe relatie met de ambities van Ede in de Food Valley. Het actieplan ter stimulering van zakelijk toerisme (speerpunt 4, actielijn 6) zal dan ook in nauwe samenhang met Food Valley worden uitgewerkt.

1.5 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 staat 'de droom': de visie op de recreatie- en toerismesector van gemeente Ede in 2030. Een beschrijving van de huidige stand van zaken staat in hoofdstuk 3, waarna dit vertaald wordt in opgaven voor de sector aan de hand van vijf speerpunten. Hoofdstuk 4 geeft eerst een overzicht van alle speerpunten en acties, waarna per speerpunt een beschrijving volgt van wat er moet gebeuren. Hoofdstuk 5 benoemt de overkoepelende acties zoals interne organisatie, samenwerking met en binnen de sector en kennisontwikkeling. Bijlage 1 tot slot bevat een toelichting op de Leisure Leefstijlen.



Droom: een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector in 2030

De gemeente Ede is hét gebied waar liefhebbers van ongerepte natuur, bijzonder militair erfgoed, hoogwaardige cultuur en authentieke smaken hun hart kunnen ophalen. Met iconen als het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller Müller Museum als vaandeldragers. En met nieuwe blikvangers als de World Food Experience, het Exposeum en het Market Garden Dropzone bezoekerscentrum. Kwalitatief hoogwaardige en eigentijdse verblijfsaccommodaties en horeca nodigen uit tot meerdaags verblijf.

In de gemeente Ede worden bezoekers en inwoners gastvrij ontvangen door ondernemenden met en zonder een eigen bedrijf, die gastheer en ambassadeur zijn van het gebied. Ondernemenden die natuur en cultuur omarmen als hun kapitaal, die hun gasten kennen en die samen zorgen voor de beste Veluwe-beleving. Bezoekers en inwoners ervaren persoonlijke aandacht en voelen zich welkom. Ze vinden moeiteloos hun weg naar het aanbod dat bij hen past.

Het toeristisch profiel van de gemeente Ede is on- en offline herkenbaar voor bezoeker, inwoner en ondernemenden. De Veluwe staat daarin centraal. Binnen de Veluwe onderscheidt Ede zich met:

Taste - Smaak

Door de combinatie van het agrarische DNA van de gemeente met de unieke attractie

World Food Experience biedt Ede een unieke ervaring op het gebied van smaak. Je kunt letterlijk de streek proeven via streekproducten in restaurants en, dankzij de vele bijzondere adresjes bij de boer, thuis in eigen keuken. Boeren pakken de kansen aan die de toerisme- en recreatiesector hen biedt. De marketing- en productenlijn Smaak van Van Gogh verbindt de één-na-grootste Van Gogh collectie in het internationaal prominente Kröller Müller Museum met de haarvaten van de streek.

Culture - Militaire Historie en Kröller Müller

Bijzondere en indrukwekkende verhalen rondom Operatie Market Garden zijn ook buiten de jaarlijkse luchtlandingen zichtbaar en beleefbaar. Er is een plaats waar de indrukwekkende verhalen rondom Market Garden beeldend verteld worden. Een plaats die uitnodigt om ook de andere facetten van militaire historie in het gebied te gaan ontdekken. Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller Müller Museum vertellen het verhaal van de familie Kröller Müller en bijzondere kunstenaars als Van Gogh en Mondriaan. Zij hebben een wereldwijde uitstraling. Daarnaast biedt Ede gast en inwoner talrijke andere aansprekende proposities voor liefhebbers van cultuur en historie. De gemeente werkt nauw samen met al deze partners om de gebiedsbeleving te versterken en te promoten.

Veluwe-beleving - Active en Relax

Het gebied Ede is de perfecte uitvalsbasis voor liefhebbers van spannende, natuurlijke outdoor-activiteiten waarbij je de natuurpracht van de Veluwe beleeft – maar dan nét even anders. Ook buiten het zomerseizoen is er een aantrekkelijk, eigentijds aanbod aan activiteiten en vrijetijdsvoorzieningen dat past bij de aard en omvang van de gemeente.

De Veluwe is dé omgeving om samen op adem te komen. De natuur en de ervaren gastvrijheid maken dat mensen zich verbonden voelen met elkaar en met het gebied. Middels een hoogwaardig stelsel van recreatieve routes hebben inwoners en bezoekers de ruimte om op hun eigen manier te genieten van de bijzondere natuurgebieden in de gemeente Ede.

De gemeente stelt zich coöperatief op en denkt vanuit kansen voor de vrijetijdssector. De gemeente toont lef en durft initiatieven die passen bij deze visie toe te juichen en mogelijk te maken. De ambitie is een duurzaam vitale vrijetijdseconomie waarin de beleving van de gast voorop staat. Het gaat om kwaliteit leveren en verwachtingen overtreffen. De gemeente werkt daartoe samen met partners binnen de gemeente, op de Veluwe en in FoodValley.

Analyse en uitdagingen voor de sector

Op basis van bestaande onderzoeken en beleidsrapporten, gesprekken met stakeholders en verschillende stakeholder-bijeenkomsten zien we diverse sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de recreatie- en toerismesector van gemeente Ede. In dit hoofdstuk beschrijven we de SWOT-analyse en vertalen dit naar uitdagingen voor de sector.

3.1 SWOT-analyse

Interne analyse	Externe analyse
Sterke punten	Kansen
S1 Centrale ligging van de Veluwe en daarbinnen Ede op de Veluwe.	K1 Inzet op meer kwaliteit en vraaggerichtheid biedt kansen voor meer economisch effect.
S2 Aanwezigheid van bijzondere natuurgebieden.	K2 Groei van de buitenlandse markt en inkomend toerisme.
S3 De aanwezigheid van zeer sterke (internationale) merken als Kröller-Müller en het Nationaal Park.	K3 Aandacht voor spreiding internationaal toerisme over Nederland.
S4 De bekendheid en binding van consumenten met het merk 'Veluwe' is zeer sterk.	K4 Toenemend belang internet en digitalisering
S5 Aanwezigheid van een aantal bekende en kwalitatief hoogstaande bedrijven in de verblijfsrecreatie.	K5 De Veluwe staat met Veluwe op 1 weer volop in aandacht als het om toerisme gaat.
S6 Uitgebreid vernieuwd fietsknooppuntensysteem en aantrekkelijke omgeving voor routerecreatie.	K6 Toenemende interesse van consumenten in beleving en 'verhalen', story telling.
S7 De gemeente heeft bijzondere verhalen te vertellen aan toeristen (herinneringstoerisme, food, maar ook de bijzondere 'onontdekte' Veluwe en dorpen).	K7 Bundeling van krachten in regionale samenwerking in Routebureau, Vitale Vakantieparken, Veluwe op 1.
	K8 Ontstaan van nieuwe concepten als AirBnB
Zwakke punten	Bedreigingen
Z1 Informatievoorziening en aanbod is nog niet overal ingericht op de buitenlandse gast.	B1 Grote concurrentiekracht van andere regio's en van invloedrijke concepten als AirBnB.
Z2 Het verblijfsrecreatief aanbod richt zich voor een groot gedeelte op dezelfde doelgroepen/leefstijlen.	B2 Trends in de vrijetijdssector volgen elkaar heel snel op; vraagt hoge mate van flexibiliteit.
Z3 Een aantal verblijfsrecreatieve parken is niet vitaal.	B3 De natuurwaarden zorgen voor beperktere ontwikkel mogelijkheden van bedrijven dan in veel andere gemeenten buiten de Veluwe.
Z4 Onderlinge samenwerking tussen ondernemenden is beperkt.	
Z5 De binnenstadsbeleving van Ede sluit niet aan op het toeristisch product in het buitengebied en er is een contrast tussen de beleving van het buitengebied en de centra van de dorpen en de stad.	
Z6 Ede als stadsmerk heeft geen toeristisch imago. Associatie van sterke merken als Kröller-Müller wordt veelal niet met Ede gelegd.	
Z7 De verhalen van Ede (Veluwe, food, herinneringstoerisme) zijn nog onvoldoende 'geladen' en hebben niet allemaal draagvlak.	
Z9 Beperkt aanbod aan samenhangend wandelaanbod en geen gebundeld aanbod van ruiter- en MTB-routes.	
Z10 Onvoldoende avontuurlijk/vernieuwend dagrecreatief aanbod, en aanbod voor jeugd en jongeren.	



3.2 Uitdagingen

Om toe te werken naar een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector is het van belang in te spelen op kansen en bedreigingen af te wenden, door de sterke punten van de regio te benutten en de zwaktes te versterken. Uit bovengenoemde SWOT-analyse herleiden we een aantal opgaven, die we in het volgende hoofdstuk nader uitwerken in speerpunten:

1. Beleefbaar stamkapitaal: natuur, landschap en cultuur

Bij de sterke punten van de gemeente Ede vinden we veel elementen die wij het 'stamkapitaal' noemen: natuur en landschap (het Nationaal Park, maar ook de 'onontdekte' Veluwe) en cultuur (Kröller-Müller, de bijzondere cultuurhistorische verhalen). Deze kunnen beter beleefbaar gemaakt worden en zodoende beter benut, zeker nu de Veluwe met 'de Veluwe op 1' weer volop de aandacht heeft. Consumenten zijn immers op zoek naar beleving en bijzondere verhalen. We zien in de vrijetijdssector tevens een belangrijke speler om aan de versterking van het stamkapitaal bij te dragen.

2. Vitale verblijfsrecreatie

Binnen onze gemeentegrenzen is een aantal hoogstaande verblijfsrecreatieve bedrijven actief, waar we met elkaar trots op mogen zijn. Aan de andere kant zien we ook nog bedrijven die onvoldoende vitaal zijn en zien we dat veel bedrijven zich op dezelfde doelgroep richten.

Daarmee is er 'te veel van hetzelfde'. Juist nu de vitaliteit van de verblijfsrecreatie volop in de aandacht staat op de Veluwe, is het tijd om door te pakken en met elkaar te zorgen voor een vitale sector, die snel kan inspringen op veranderingen in de markt. Zo kunnen we inzetten op meer kwaliteit en meer vraaggerichte ontwikkelingen.

3. Aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken

Ede leent zich uitstekend voor routegebonden recreatie met haar prachtige omgeving. Op de fiets kan de consument al goed uit de voeten via het vernieuwde knooppuntensysteem.

Maar om in te spelen op de wensen van gasten is meer nodig: het ontbreekt in onze gemeente bijvoorbeeld nog aan samenhangend wandelaanbod en een gebundeld aanbod aan ruiter/men- en MTB-routes. Bundeling van krachten met andere Veluwe gemeenten in het Veluws Routebureau biedt kansen om nu met elkaar de volgende stap te zetten.

4. Veelzijdige topactiviteiten

De gemeente heeft een gevarieerd aanbod aan dagrecreatieve activiteiten; bezoekers hebben ruime keuze voor een dagje uit met de aanwezige natuur, evenementen en de iconen met internationale aantrekkingskracht. Op onderdelen kan het dagrecreatief aanbod echter een verbeterslag maken; sommige voorzieningen sluiten niet goed aan op de vraag van de huidige bezoeker, zijn niet actueel genoeg of kunnen een impuls gebruiken om meer kwaliteit te bieden. Zo is er relatief weinig aanbod voor de jongere doelgroep en groepen die op zoek zijn naar meer vernieuwing en avontuur. Daarnaast wordt in het dagrecreatief aanbod nog niet voldoende gebruik gemaakt van de onderscheidende verhalen en kenmerken van de gemeente Ede.

5. Herkenbare marketing en informatievoorziening

De gemeente Ede heeft de toerist zo veel te bieden: centraal op de Veluwe, sterke merken, mooie bedrijven, bijzondere verhalen. Maar toch heeft Ede als stad geen toeristisch imago, wordt de associatie van de sterke merken nog niet met Ede gelegd en zijn veel verhalen nog niet goed geladen, waardoor er geen herkenbaar profiel binnen de Veluwe bestaat. Nu de Veluwe weer volop in de aandacht is, is het van belang om ook het Edese profiel hierbinnen herkenbaar weer te geven en te organiseren.

In het volgende hoofdstuk (4) werken we de vijf speerpunten verder uit. Omdat het succes van de uitvoering van de programmalijnen staat of valt met de wijze waarop de samenwerking is georganiseerd, gaan we in hoofdstuk 5 in op de organisatie. De samenwerking is immers op dit moment nog niet optimaal.

Van visie naar uitvoering vijf speerpunten

In hoofdstuk 3 zijn vijf speerpunten bepaald, die gezamenlijk werken naar het doel voor 2030: een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector met een gezond, vraaggericht, onderscheidend en toekomstbestendig aanbod.

Overzicht speerpunten en acties

We beschrijven de speerpunten en acties die nodig zijn om te komen tot een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector. Voor we de speerpunten behandelen, geven we eerst een schematisch overzicht. In het bewerken van de acties is een zekere prioritering en fasering nodig. Met een asterisk (*) geven we in onderstaand schema aan welke acties aandacht behoeven, hetzij omdat zij randvoorwaardelijk zijn om andere acties te kunnen starten, hetzij omdat de sector hierbij een hoge urgentie aangeeft. Onderaan in het overzicht staan speerpunt-overstijgende acties die we in hoofdstuk 5 behandelen.

Speerpunt 1 Beleefbaar stamkapitaal	Speerpunt 2 Vitale verblijfsrecreatie	Speerpunt 3 Aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken	Speerpunt 4 Veelzijdige topactiviteiten	Speerpunt 5 Marketing en informatie- voorziening
1. Verbinden van gebieden	1. Deelname programma vitale vakantieparken*	1. Routebureau Veluwe *	1. Stimuleren producten thema's *	1. Toeristisch profiel aanscherpen *
2. Versterken beleving erfgoed en cultuur-historie *	2. Inzet Kwaliteitsteam Veluwe (economisch spoor)	2. Ontwikkeling wandelknooppunten	2. Inzetten op verjonging van de doelgroep	2. Toeristische informatievoorziening 2.0 *
3. Versterken natuurbeleving	3. Parkplan (economisch spoor) *	3. Ontwikkeling MTB- en rutterroutes *	3. Kwaliteitsverhoging activiteiten voor huidige doelgroep	3. Rol VisitVeluwe continueren*
4. Veluwe-beleving in de openbare ruimte	4. Uitnodigings- of ontwikkelingskader (ruimtelijk spoor) *	4. Ontwikkeling startpunten / overstappunten *	4. Kansen voor dagrecreatieve voorzieningen *	4. Gezicht geven aan dorpen binnen toeristisch profiel
	5. Experimenteerruimte en snellere procedures (ruimtelijk spoor)	5. Koppeling ondernemenden met routes	5. Activiteiten bij de boer	5. Concreet aan de slag op drie schaalniveaus
	6. Transformatieplan (ruimtelijk spoor)		6. Accommodaties zakelijke markt	

Overkoepelende acties
1. Samenwerken en organiseren van de sector *
2. Kennisprogramma's
3. Vindbaarheid- en bereikbaarheid
4. Randvoorwaarden

De komende jaren gaat de gemeente samen met de sector aan de slag met de speerpunten en acties. Daartoe zal deze visie vertaald worden in een uitvoeringsprogramma bestaande uit een fasering, planning en uitgewerkte projectbeschrijving.

Speerpunt 1. Beleefbaar stamkapitaal: natuur, landschap en cultuur

Stamkapitaal anno nu

De gemeente Ede ligt zeer centraal in Nederland en maakt deel uit van de Veluwe. Deze prachtige regio staat steeds meer in de aandacht van beleidsmakers én consumenten. De Veluwe is al jarenlang het sterkste regiomerk van Neerland. In 2016 heeft de Veluwe de prijs in de publieksverkiezing van het mooiste natuurgebied van Nederland gewonnen. Een aantal parels van de Veluwe ligt binnen de gemeentegrenzen. Het Nationaal Park de Hoge Veluwe mag samen met het Kröller-Müller Museum echt een icoon van de Veluwe genoemd worden. En zeker ook bijzondere natuurlijke en landschappelijke parels als het Wekeromse Zand, de Ginkelse Heide, de Planken Wambuis en de Goudsberg, het middelpunt van Nederland. Unieke, bijna onontdekte geheimen van de Veluwe, waar de natuurbeleving voorop staat en waar bijzondere cultuurhistorische verhalen te vertellen zijn, waaronder het unieke verhaal van operatie market garden. Ook het omvangrijke agrarische gebied, met veelal kleinschalig cultuurlandschap, waar men op veel plekken streekproducten kan aanschaffen, is een waardevol ingrediënt voor het recreatief-toeristisch product.

Voor de gemeente en de ondernemenden staat buiten kijf dat het prachtige landschap, de bijzondere natuurwaarde en de culturele schatten van grote waarde zijn voor de recreatie- en toerimesector. We creëren echter met elkaar nog geen herkenbare ‘Veluwe-beleving’ in de publieke ruimte en het toeristisch product. Ook de beleefbaarheid van erfgoed biedt ruimte voor verbetering. Ontwikkelplannen van recreatie-ondernemers stuiten op strakke natuur- en milieuwetgeving waardoor realisatie lang kan duren.

Hier gaan we aan werken

In de toekomst kan de toerist er niet meer om heen: ik ben hier op de Veluwe. De overgang van het buitengebied naar de bebouwde kom (en andersom) is uitnodigend en ook binnen de stad en de dorpen beleef je dat Veluwe-gevoel. Ondernemenden springen erop in door typische Veluwe producten in hun assortiment op te nemen en de Veluwe in hun etablissement een duidelijke plek te geven. De cultuurhistorische verhalen worden optimaal zichtbaar gemaakt en vertaald in de toeristische productontwikkeling met behulp van storytelling. Via straatmeubilair, beplanting en bewegwijzering ontstaat een herkenbare Veluwe-beleving.



Beleefbaar stamkapitaal – acties

De natuur is het voornaamste toeristisch kapitaal in de gemeente Ede. Dat betekent dat de gemeente het niet alleen belangrijk vindt dat het kapitaal beleefbaar wordt gemaakt, maar ook dat het versterkt wordt. We zien, net als veel ondernemenden zelf, in de recreatie- en toerimesector een belangrijke speler om aan die versterking bij te dragen. De gemeente verwacht daarom dat plannen van ondernemenden bijdragen aan de versterking van dit kapitaal. Dit vraagt om creatieve ideeën van ondernemenden en een gemeente die mee denkt over duurzame oplossingen.

Verder zijn er voor Beleefbaar stamkapitaal de volgende acties:

1. Verbinden van gebieden

Gemeente Ede is zelf groot terreinbeheerder en daarnaast zijn er vele andere terreinbeherende organisaties in de gemeente actief: Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, het Geldersch Landschap, Defensie en particuliere landgoedeigenaren. Dat leidt in sommige gevallen tot een versnippering: in toegankelijkheid, in uitstraling, in verbindingen, in voorzieningen en ontsluiting van informatie. Voor de bezoeker is dit niet handig; de recreant en toerist zou het gebied idealiter als één aangesloten natuurgebied moeten ervaren. Versterken van de samenwerking en afstemming tussen de terreinbeherende organisaties is dan ook van belang. Aangezien de gemeente zelf ook veel gronden bezit, neemt de gemeente Ede hierin het voortouw. Ook zet de gemeente in op een zo goed mogelijke verbinding naar aanliggende gemeenten zodat de bezoeker niet gehinderd wordt door gemeentegrenzen. Het creëren van verbindingen van het buitengebied met de dorpen en de stad is een onderwerp wat in de Stadsvisie genoemd wordt en ook voor recreatie en toerisme van belang is.

2. Versterken beleving erfgoed en cultuurhistorie

De gemeente Ede kent een rijk (cultuur)historisch erfgoed. De voornaamste ambitie in het gemeentelijk erfgoedbeleid is het vergroten van de cultuurhistorische aantrekkelijkheid van de gemeente. Door het koppelen van beleid en inspanningen op het gebied van vrije tijd, cultuur en erfgoed ontstaan kansen voor erfgoedlocaties, om het productaanbod beter te ontsluiten en op een eigentijdse manier het verhaal te brengen aan de bezoeker (storytelling). Denk aan de beleefbaarheid en fysieke zichtbaarheid van erfgoed en verhalen rondom Operation Market Garden (informatiecentrum Dropzone Ede) en het verhaal van de familie Kröller Müller.

3. Versterken natuurbeleving

Het beleefbaar maken van natuur kan in veel gevallen hand in hand gaan met het versterken van natuur(waarden). Er zijn mooie voorbeelden van ondernemenden in onze gemeente die initiatieven nemen die beide aspecten met elkaar combineren. De gemeente nodigt actief ondernemenden uit om met dergelijke initiatieven te komen.



4. Veluwe- en voedsel beleving in de openbare ruimte

De gemeente gaat, in Veluwe-verband en in nauwe samenwerking met de natuurbeherende organisaties, onderzoeken of het haalbaar is om straatmeubilair, beplanting en bebording in te richten in een stijl die past bij de Veluwe, om de Veluwe-beleving verder te versterken. Indien bestaand meubilair vervangen moet worden (omdat het niet meer aan de eisen of normen voldoet), kan dan gebruik worden gemaakt van deze nieuwe stijl. Zo ontstaat een herkenbare Veluwe-uitstraling door het gehele gebied. Binnen de Veluwe profileert Ede zich recreatief/toeristisch op de thema's Taste/voedsel, Herinneringstoerisme en Van Gogh. Het verwerken van Veluws- en voedsелеlementen zoals bijvoorbeeld eetbaar groen in de openbare ruimte en de Veluwe uitstraling van het nieuwe station Ede-Wageningen maakt het profiel van Ede fysiek herkenbaar voor de bezoeker en kan daardoor bijdragen aan de realisatie van de doelen van deze visie.

Speerpunt 2. vitale verblijfsrecreatie

Verblijfsrecreatie anno nu

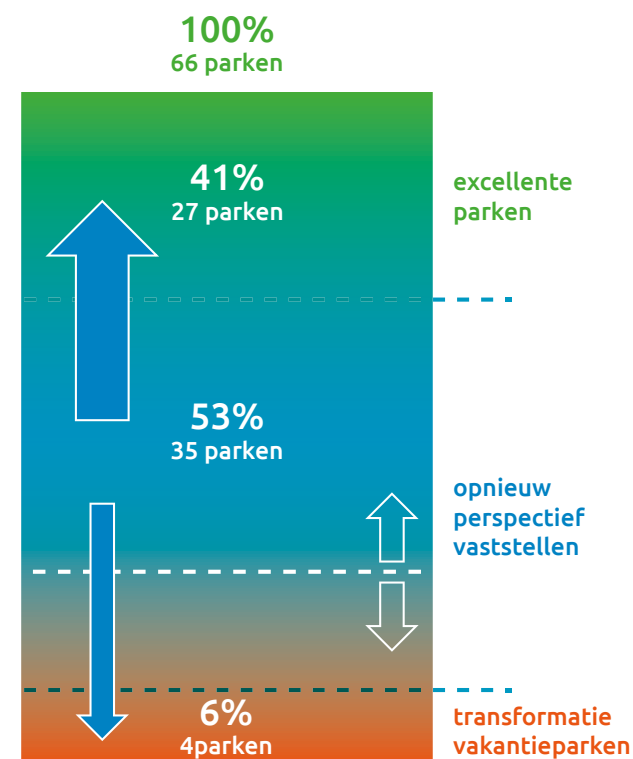
Ede telt vele verblijfsaccommodaties, van kleine bed & breakfasts tot grote hotels, van minicampings tot zeer grote kampeer- en/of bungalowbedrijven. De gast laten genieten van het moois in de omgeving, dat hebben de accommodaties met elkaar gemeen. Verschil is er wel in kwaliteit. Zo telt de gemeente een aantal bekende en kwalitatief hoogstaande verblijfsaccommodaties, maar ook een aantal minder vitale verblijfsaccommodaties waar ondernemers vooral bezig zijn met de waan van alledag en niet de ruimte hebben om te kijken naar wat de omgeving of toekomst kan bieden. Tenslotte is er een aantal terreinen dat de bestemming recreatie heeft maar feitelijk gebruikt wordt voor bewoning.

Hier gaan we aan werken

De beleving door de gast staat voorop; in de toekomst nog meer dan nu. In de toekomst is de gehele verblijfsrecreatieve sector vitaal en heeft elk bedrijf heeft een duidelijke positionering gekozen, die is gebaseerd op de kwaliteit van voorzieningen, het al dan niet aanbieden van activiteiten en de waarden die het bedrijf uitdraagt. Ieder bedrijf vertelt zijn eigen verhaal. Er is sprake van sterk ondernemerschap, met een duidelijke gast- en belevingsoriëntatie. Kwaliteit betekent dat verwachtingen van gasten waar worden gemaakt en dat ondernemenden en medewerkers in de recreatie- en toerismesector zich gedragen als ware gastheren en ambassadeurs voor de regio. Om hier te komen is het belangrijk aandacht te hebben voor alle aspecten van de guest journey: de totale reis die een gast maakt, van zoeken en boeken tot het verblijf en het nagenieten. Dit leidt voor Vitale Verblijfsrecreatie tot negen acties.

Vitale verblijfsrecreatie – acties

In de verblijfsrecreatie verschilt de situatie per bedrijf zeer sterk. Terwijl de ene onderneming uitermate vitaal is, kampt de andere met vele problemen. Dit speelt met name bij recreatieparken, maar ook bij sommige hotels. De verschillende situaties vragen om verschillende aanpakken. De gemeente onderscheidt daarbij op hoofdlijnen de volgende vier groepen, waarbij het instrumentarium in de acties voor een deel generiek is, voor een deel echt gericht op één of meerdere van onderstaande groepen:



• Excellente bedrijven.

Dit betreft de bedrijven die er zeer goed voorstaan. Ze hebben een goede tot uitstekende kwaliteit en ook hun perspectief is zeer gunstig. Er is bij deze bedrijven geen reden tot zorg en ze hebben veelal een voorbeeldfunctie voor de regio.

• Middenmoters.

Dit betreft vitale bedrijven, die een kwalitatief voldoende tot goed product bieden aan hun gasten. Ook het perspectief voor de toekomst is positief. Alhoewel de bedrijven vitaal zijn, liggen er bij deze bedrijven zeker uitdagingen. Bijvoorbeeld op het gebied van ondernemerschap, scherpere doelgroepkeuzes of meer onderscheidend vermogen creëren.

• Zorgenkindjes.

Dit zijn bedrijven die redenen geven tot zorgen. Dat kan zijn vanwege achterblijvende kwaliteit, een ongunstig toekomstperspectief of beiden. De problematiek is veelal divers en de oplossing dan ook veelal ingewikkeld. Als bij deze bedrijven geen impuls voor de toekomst wordt gegeven, ligt verdere achteruitgang op de loer: verpaupering, verdergaande permanente bewoning of huisvesting van arbeidsmigranten.

• Achterblijvers.

Op deze terreinen is van recreatief gebruik maar zeer beperkt sprake.

De opgaven in de verblijfsrecreatie zijn vaak verbonden aan andere opgaven, zoals huisvesting, arbeidsmigranten en/of sociale problematiek. Alhoewel de insteek (via deelname aan het programma Vitale Vakantieparken) van de gemeente integraal is, focussen we ons in deze visie op de sectorspecifieke, economische instrumenten. Juridische instrumenten als handhaving krijgen bijvoorbeeld in deze visie geen aandacht, maar zijn wel degelijk een relevant gemeentelijk instrument (zie afbakening in hoofdstuk 1).

Resultaat onderzoek naar 66 verblijfsrecreatieve parken gemeente Ede. Dit onderzoek betrof specifiek de vakantieparken, maar ook hotels kunnen in dit schema worden ingedeeld.

1. Deelname aan programma Vitale Vakantieparken

In het programma Vitale Vakantieparken werken elf Veluwe gemeenten (waaronder Ede), de provincie Gelderland, het recreatief bedrijfsleven, veiligheidspartners, RECRON en anderen samen aan versterking en ontwikkeling van de verblijfsrecreatie. Een gezamenlijke aanpak die vruchten afwerpt en bijdraagt aan het realiseren van de gemeenschappelijke ambitie voor revitalisering van de kampeeren bungalowparken op de Veluwe. Daarmee draagt de samenwerking bij aan de Veluweambitie om weer de belangrijkste binnenlandse vakantiebestemming te worden. Het programma kent drie sporen:

• Het economisch spoor:

stimuleren van innovatie, vernieuwing, ondernemerschap en kwaliteitsverbetering bij verblijfsaccommodaties, waarbij door ieder park een plan wordt opgesteld waarin wordt vastgelegd wat het gewenste toekomstbeeld is en wat nodig is om dat te bereiken. Eén van de kenmerken van een goed ontwikkelplan is dat het toegevoegde waarde heeft voor de omgeving: voor de natuur, voor de buurt, voor de verkeerssituatie. Wat daarin nodig is kan per bedrijf en plan verschillen. Een ontwikkelplan is nodig bij uitbreiding, het aanvragen van een vergunning, etc.

• Het handhavingsspoor:

aanpakken van problemen en oneigenlijk gebruik en het voorkomen van nieuwe ongewenste situaties in combinatie met aandacht voor vraagstukken op het gebied van huisvesting, zorg en arbeidsmigratie en sociale doelgroepen leidt tot vergroten van veiligheid en leefbaarheid.

• Het ruimtelijk spoor:

het ontwikkelen en gebruiken van ruimtelijke ordeningsinstrumentarium om ruimte te kunnen bieden aan goed ondernemerschap en ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan. Door regionale afstemming ontstaat een gelijk speelveld.

De gemeente stelt zich in het programma proactief op, onder andere door actief in te zetten op het aangeboden instrumentarium binnen het programma (zoals het Kwaliteitsteam Veluwe, zie dit hoofdstuk), door actieve deelname in ontwikkeling van een nieuw instrumentarium, de inzet van een parkregisseur voor een integrale parkaanpak, door kennisuitwisseling en door zaken regionaal of zelfs op landelijk niveau te agenderen als daar aanleiding toe is.

Economisch spoor: stimuleren van innovatie, vernieuwing, ondernemerschap en kwaliteitsverbetering

2. Inzet Kwaliteitsteam Veluwe (focus op middenmoot, specifiek voor vakantieparken)

Eén van de instrumenten vanuit het programma Vitale Vakantieparken is het Kwaliteitsteam Veluwe. Het kwaliteitsteam bestaat uit experts met verschillende specialismen, die zich over een vraagstuk van een ondernemer kunnen buigen. Ondernemenden die op zoek zijn naar kansen voor hun kampeer- of bungalowpark kunnen zich

aanmelden voor het Kwaliteitsteam Veluwe. Met dit kwaliteitsteam biedt het programma Vitale Vakantieparken ondernemenden advies en coaching aan voor hun bedrijfsvoering. De gemeente Ede brengt het Kwaliteitsteam onder de aandacht van de ondernemenden binnen de gemeente. De gemeente ziet vooral kansen voor het middensegment: bedrijven die vitaal zijn, maar waar aandachtspunten zijn op het gebied van kwaliteit of toekomstperspectief, of waar de weg naar de groep 'excellente bedrijven' mogelijk is.

3. Parkplan (algemeen)

De gemeente Ede stimuleert ondernemenden en Verenigingen van Eigenaren om een parkplan op te stellen. Een parkplan wordt in ieder geval gevraagd van iedere ondernemende die een aanvraag indient voor uitbreiding of ontwikkeling van het bedrijf. Het parkplan verwoordt de visie van de ondernemende voor zijn bedrijf en verzekert dat een ontwikkeling bijdraagt aan het realiseren van een gezonde toekomst, ook op de langere termijn. Het biedt de gemeente een goede basis om medewerking te verlenen en te steunen bij toetsing aan hogere (natuur- en milieu) regelgeving.

Bijzondere aandacht verdienen de bedrijven die in de gevarenzone zitten; deze bedrijven hebben onvoldoende kwaliteit om tegemoet te komen aan de wensen van de hedendaagse toerist of hebben problemen op het gebied van toekomstperspectief. Met andere woorden: ze zijn nog onvoldoende vitaal; de eerder benoemde 'zorgenkindjes'. Met name deze groep moet een vitaliseringsstimulus krijgen. Dat kan alleen de ondernemer en/of VVE bereid is er zelf de schouders onder te zetten. De gemeente gaat hierbij uit van één park, één plan, omdat ieder park zijn eigen unieke situatie heeft. Uiteindelijk wil de gemeente dat voor alle recreatiebedrijven een vitaliteitsplan wordt opgesteld.

Deze actielijn geldt vooralsnog alleen voor vakantieparken. Gemeente Ede staat ervoor open om hierover in gesprek te gaan met andere ondernemenden in de verblijfsrecreatie, maar laat het initiatief daartoe vooralsnog bij de ondernemenden.

Ruimtelijk spoor: gewenste ontwikkelingen stimuleren en ongewenste tegengaan

4. Uitnodigings- of ontwikkelkader dat kijkt naar toegevoegde waarde (algemeen)

In een relatief verzadigde markt is het vooral van belang om te kijken naar de toegevoegde waarde van een initiatief; het moet niet 'meer van hetzelfde' zijn, bijdragen aan diversificatie van het aanbod en/of beter insprijnen op de wensen van de bestaande gasten (bijvoorbeeld meer luxe, ruimere staanplaatsen etc.). De gemeente ziet de leefstijlbenadering (zie bijlage 1) als een belangrijk kader voor gewenste nieuwe ontwikkelingen of verbredingen bij bestaande bedrijven; niet als blauwdruk, maar als belangrijk aspect en aandachtspunt voor kansrijke ontwikkelingen. De gemeente staat uitnodigend tegenover initiatieven met betrekking tot initiatieven voor de rode, blauwe, paarse en aqua leefstijlen¹. De gemeente is kritisch tegenover initiatieven voor andere doelgroepen, maar sluit

¹Bron: Onderzoek Verblijfsrecreatie op de Veluwe – Bureau voor Ruimte en Vrije tijd, 2015. Zie bijlage 1 voor informatie over de Leisure Leefstijlen.

ze niet op voorhand uit. Met het opstellen van het uitvoeringsprogramma werkt de gemeente ook het uitnodigingskader verder uit tot een stappenplan voor ondernemenden met initiatieven. Ook aan het stimuleren van nieuwe concepten als AirBnB en kleinere accommodatievormen als Bed and Breakfasts in het landelijk gebied zal in dit uitnodigingskader aandacht worden besteed.”

5. Experimenteerruimte en snellere procedures (focus op excellente bedrijven, gedeeltelijk ook middenmoot)

Voor bedrijven in de kopgroep is het van belang om te kunnen blijven excelleren. Om snel in te kunnen springen op de veranderende vraag uit de markt is het belangrijk om de voorlopers de mogelijkheid te geven om te experimenteren met nieuwe concepten, die wellicht niet direct passen binnen ruimtelijke contouren, maar wel een duidelijke toegevoegde waarde bieden voor het toeristisch product van het bedrijf en de regio. Daarnaast zijn snellere procedures in de gemeentelijke besluitvorming, zonder geweld te doen aan de zorgvuldigheid, van groot belang voor de koplopers om voorop te blijven lopen. Gemeente Ede gaat de mogelijkheden onderzoeken dan wel experimenteren met versnelling van procedures.

6. Transformatieplan (focus op achterblijvers)

Het opstellen van een transformatieplan is bedoeld voor bedrijven waar een recreatief-toeristische toekomst zeer lastig, zo niet, onmogelijk lijkt. Voor de huidige voor recreatie bestemde terreinen is omzetten naar natuur het enige alternatief, in verband met Natura2000. Andere functies zijn niet mogelijk hoewel tijdelijke alternatieve verdienmodellen, die kunnen bijdragen aan die transformatie of het oplossen van maatschappelijke problematiek, in zeer uitzonderlijke gevallen en onder zeer strikte voorwaarden onderzocht worden. Deze opgave is veelal zo complex, dat het om vele expertises vraagt. Gemeente Ede heeft aandacht dit onderwerp en werkt het nader uit met de partners van het programma Vitale Vakantieparken.

Deze actie geldt vooralsnog alleen voor vakantieparken, maar gemeente Ede gaat graag in gesprek met andere ondernemenden in de verblijfsrecreatie die vragen hebben over transformatie van hun bedrijf waar een recreatieve toekomst niet meer mogelijk lijkt.



Speerpunt 3. Aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken

Routenetwerken anno nu

Fietsen, wandelen en natuur – daar denken veel Nederlanders aan als zij denken aan Ede. Fietsen en wandelen staan dan ook in de top 3 van populaire activiteiten die Nederlanders ondernemen in hun vakantie of vrije tijd. De gemeente Ede heeft met het vernieuwde fietsknooppuntensysteem de basis goed op orde, als het gaat om recreatief fietsen. De energie rondom het routebureau Veluwe (in ontwikkeling) biedt daarbij een gunstig toekomstperspectief voor een Veluwebreed samenhangend aanbod van aantrekkelijke en kwalitatief goed onderhouden routes, ook voor wandelaars, ruiters/menners en mountainbikers. Kansen liggen er voor gemeente Ede als het gaat om samenhang in het wandelaanbod en kwaliteitsverbetering van andere sportieve routerecreatie zoals MTB- en ruiterroutes. Ook ondernemenden geven aan meer te willen profiteren van routerecreatie.

Hier gaan we aan werken

In de toekomst onderscheidt gemeente Ede zich van andere toeristische gemeenten door de diversiteit én kwaliteit van routerecreatie in de gemeente. In Ede kom je om te fietsen, wandelen, paardrijden of MTB-en over aantrekkelijke, goed onderhouden routes, waarbij een horecagelegenheid nooit ver is. Dat betekent: aantrekkelijke routes, die aangelegd zijn met respect voor behoud en versterking van de natuurwaarden, en die bovendien uitstekend onderhouden worden. Routes, waar recreatief-toeristische trekpleisters en ondernemenden van profiteren, doordat zij vanaf de routenetwerken goed vindbaar zijn. Ondernemenden maken gebruik van de routes in hun eigen activiteiten en geven (door middel van evenementen of thematisering) een extra ‘boost’ aan het gebruik van de routenetwerken. Uiteraard zijn routes online goed vindbaar om het gebruik verder te stimuleren. Om dit te realiseren zijn er voor Aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken de volgende acties:

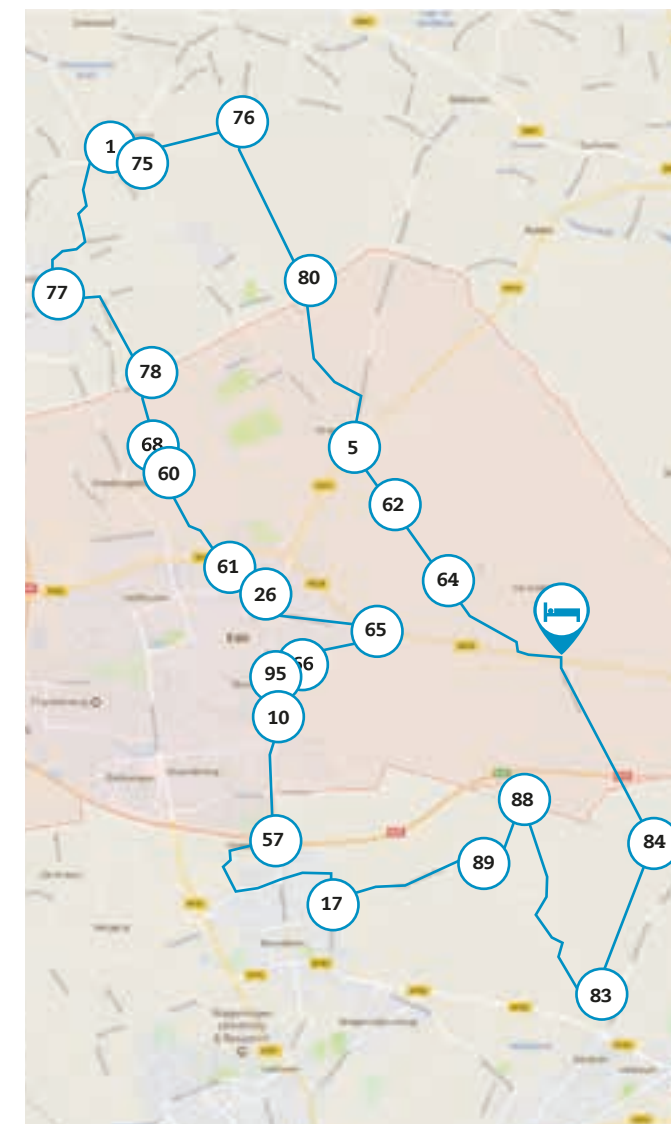
Aantrekkelijke en gevarieerde routenetwerken – acties

1. Routebureau Veluwe

De gemeente werkt actief mee aan de ontwikkeling van het Routebureau Veluwe en draagt zo bij aan Veluwebrede routenetwerken voor fietsers, wandelaars, ruiters en MTB-ers met mogelijkheden voor doorontwikkeling. Goed onderhoud betekent bijvoorbeeld dat tijdens het toeristisch hoogseizoen verdwenen bordjes binnen enkele dagen vervangen worden door tijdelijke bewegwijzering. Een volledig netwerk is cruciaal voor een goede beleving; één ontbrekend bordje doet al afbreuk aan het netwerk. In de samenwerking van het Veluws Routebureau brengt gemeente Ede actief gesprekspunten in ten behoeve van een samenhangend beleid en uitvoering van routesystemen op de Veluwe. Denk aan één uniform systeem voor het bewegwijzeren van ondernemenden vanaf de routes. Tevens zorgen we gezamenlijk voor aansluiting op omliggende regio's zoals de Utrechtse Heuvelrug.

2. Ontwikkeling wandelknooppuntennetwerk

Om dé bestemming te zijn voor routerecreatie is een gevarieerd aanbod van routestructuren van belang. Op dit moment ontbreekt het nog aan samenhang in het aanbod van wandelroutes en wandelknooppunten in de gemeente Ede. De prioriteit ligt daarom op het ontwikkelen van een wandelknooppuntensysteem, waarin bestaande routes opgenomen en met elkaar verweven worden worden, met respect voor de eigenheid van bestaande sterke merken als de Klompenpaden. Het voeren van een Veluwebreed systeem heeft hierbij de voorkeur. De gemeente zal hiervoor afstemmen met het Routebureau Veluwe en de Veluwe-gemeenten. Mochten de andere gemeenten nog niet zover zijn, dan pakt gemeente Ede dóór en kan het systeem later uitgerold worden naar de rest van de Veluwe.



3. Ontwikkeling MTB- en ruiterroutes

Om dé bestemming te zijn voor routerecreatie is een gevarieerd aanbod van routestructuren van belang. De gemeente laat daarom, in afstemming met de andere deelnemers aan Routebureau Veluwe, in 2017 en 2018 de MTB- en ruiterroutes doorontwikkelen. De ontwerpen van de MTB-routes zijn klaar en in het najaar van 2017 start de aanleg. De bestaande ruiterroutes zijn geïnventariseerd en aan het ontwerp wordt momenteel uitgewerkt. Centraal in de aanpak staat het eigenaarschap van gebruikers, naar voorbeeld van MTB-routes op de Utrechtse Heuvelrug. Gebruikers spelen een actieve rol bij aanleg, beheer en onderhoud.

4. Ontwikkeling startpunten / overstappunten

Waar kan ik een wandeltocht beginnen? Waar start mijn fiets- of MTB-route? Een logische vraag voor een toerist of recreant die een route in de gemeente Ede wil volgen. Toch is het voor de consument op dit moment nog zoeken naar de mogelijkheden, zowel online als in het gebied. De online vindbaarheid is een ontwikkelpunt en wordt nader uitgewerkt bij speerpunt 5, Herkenbare marketing en informatievoorziening.

Wat betreft de vindbaarheid in het gebied kan de consument in de toekomst terecht op verschillende toeristische overstappunten: plekken waar routes van verschillende lengtes beginnen en waar men de auto kan parkeren. Dat creëert gemak en overzicht voor de gast en zet Ede meer op de kaart als routeregio. Daarbij gaan we

kijken of de overstappunten gecreëerd kunnen worden bij horecagelegenheden, zowel voor ondernemenden als gasten biedt dit meerwaarde. De ontwikkeling van overstappunten wordt in nauwe samenspraak met het Veluws Routebureau gedaan, zodat een vergelijkbaar en herkenbaar systeem mogelijk ook elders op de Veluwe uitgerold kan worden.

5. Koppeling ondernemenden met routes

In de toekomst komen recreatieve bezoekers en toeristische gasten naar gemeente Ede om te genieten van de omgeving én de eigenheid van het gebied, via de routes en het bezoek aan lokale horeca. De gast van de toekomst neemt niet zijn eigen boterhammen en thermosfles met koffie mee, maar verwacht voldoende aanbod aan horecagelegenheden en toeristische voorzieningen bij de routes.

De routenetwerken gaan (of worden aangelegd) over de mooiste paden. Vanaf de routes gaan gemeente Ede en ondernemenden zorgdragen voor uniforme bewegwijzering naar horeca, bezienswaardigheden, dorpskernen, etc. Dit geeft de gast de gelegenheid de mooiste routes te volgen en deze te ‘verknopen’ met een bezoek aan lokale voorzieningen. Tegelijkertijd biedt dit ondernemenden de kans om arrangementen, evenementen en andere activiteiten te ontwikkelen in combinatie met de routenetwerken. Gemeente Ede juicht dergelijke initiatieven toe en werkt kaders uit voor welke initiatieven actief en passief op ondersteuning kunnen rekenen.

Speerpunt 4. Veelzijdige topactiviteiten

Topactiviteiten anno nu

Inwoners en bezoekers hebben ruime keuze als het gaat om uitstapjes en dagrecreatie in gemeente Ede: prachtige natuur, diverse musea en evenementen, schaapskuddes, het pas geopende bezoekerscentrum van de Grebbelinie het Nationale Park de Hoge Veluwe, het Kröller-Müller Museum en nog veel meer. Een gedeelte van het aanbod kan echter een impuls in kwaliteit en actualiteit gebruiken. Er zijn wensen om het aanbod te moderniseren en nieuwe concepten toe te voegen, zodat er een veelzijdiger aanbod aan topactiviteiten ontstaat. Zo is op dit moment het dagrecreatief aanbod voor bepaalde doelgroepen (bijvoorbeeld de jongere doelgroep) beperkt, en mag het op onderdelen wat spannender, verrassender en uitdagender. Daarnaast wordt nog niet voldoende gebruik gemaakt van de onderscheidende verhalen en kenmerken van de gemeente Ede.

Hier gaan we aan werken

In de toekomst heeft gemeente Ede meer en veelzijdiger topactiviteiten te bieden. Je kunt er terecht voor actief ontspannen in de natuur, voor een breed cultureel aanbod, het World Food Centre, het Nationale Park de Hoge Veluwe én genieten van streekgerechten uit een eerlijke, regionale keuken. Vraag en aanbod in gemeente Ede sluiten optimaal op elkaar aan. Concreet betekent dit dat gemeente Ede recreatieve initiatieven gaat stimuleren die passen bij de thema's Smaak (taste), Militaire historie & Kröller Müller (culture), Topactiviteiten (active), onthaasten (relax) en diversificatie in doelgroepen. Daarmee sluit de gemeente aan bij thema's die VisitVeluwe in haar gebiedsmarketing voorop stelt en geeft daar een lokale invulling aan.

Veelzijdige topactiviteiten – acties

1. Stimuleren productontwikkeling rondom Edese thema's

Prioriteit voor de gemeente ligt bij het laden van de verhalen van Ede op de kenmerkende thema's Taste/voedsel, Veluwe, Herinneringstoerisme en Van Gogh.

- **Smaak (taste):**

als we het thema smaak/voedsel vertalen naar beleving dan gaat het in feite om het letterlijk proeven van de streek. Maar ook arrangementen met het toekomstige World Food Center, en activiteiten die op andere innovatieve wijze invulling geven aan dit thema, staan nadrukkelijk op de agenda. In samenwerking met Kröller-Müller Museum wordt de Smaak van Van Gogh verder uitgewerkt en weggezet op de nationale en internationale markt. De gemeente gaat de sector meenemen in de kansen die food biedt in profilering en productontwikkeling en verbinding maken met de bezoekersconcepten van het World Food Center.

- **Culture:**

het gaat hier om storytelling en producten rondom cultuurhistorische verhalen waarbij Operatie Market Garden en de enorme Van Gogh-collectie in het Kröller-Müller Museum de internationale blikvangers zijn, maar juist ook andere bijzondere verhalen een plek kunnen krijgen (zoals de verhalen rondom Celtic Fields en de kazerneterreinen).

- **Veluwe beleving:**

Active en Relax: spannende, natuurlijke, outdoor-activiteiten die de beleving van de Veluwe nét wat extra geven: een blotevoetenpad, een avonturenpad, een spannende natuurspeeltuin etc., met respect voor de natuur². Voor slecht weer en buiten het zomerseizoen streven we naar een aantrekkelijk, eigentijds aanbod aan activiteiten en vrijetijdsvoorzieningen. Passend bij de aard en omvang van de

gemeente Ede. Een aanbod voor bezoekers, maar zeker ook voor inwoners. De Veluwe, en gemeente Ede daarbinnen, bieden de perfecte omgeving om op adem te komen. Zowel inwoners als bezoekers genieten op hun eigen manier van de bijzondere natuurgebieden en de gastvrijheid van ondernemenden. Bij productontwikkeling denkt de gemeente met nadruk ook aan gezichtsbepalende (sportieve) evenementen die invulling kunnen geven aan de thema's.

2. Inzetten op aantrekken van de jongere doelgroep

Ondernemenden hebben aangegeven de komende jaren in te willen zetten op een verjonging van de doelgroep, aanvullend op bestaande bezoekersgroepen. Gedacht wordt aan enerzijds meer aanbod voor gezinnen met grotere kinderen, anderzijds meer inzetten op 'verhipping' van het aanbod, zonder huidige bezoekers uit het oog te verliezen. 'Verhipping' van het aanbod past ook bij de relatief grote groep 'blauwe' en 'paarse' inwoners (volgens de Leisure Leefstijlensystematiek, zie bijlage 1) van gemeente Ede, die op zoek zijn naar vernieuwend en verrassend aanbod. De gemeente roept ondernemenden op om samen op te trekken en met de gemeente in gesprek te gaan om te bepalen wat nodig is en welke ideeën concreet haalbaar zijn.

3. Kwaliteitsverhoging activiteiten voor huidige doelgroep

Om huidige bezoekers en inwoners van gemeente Ede te blijven boeien stimuleert gemeente Ede een kwaliteitsverhoging als het gaat om routerecreatie (zie speerpunt 3) en beleving van het stamkapitaal (speerpunt 1) waaronder de natuur, het landschap, het culturele aanbod en cultuurhistorie. Hiervoor zoeken de verschillende disciplines binnen de gemeente Ede nadrukkelijk elkaar meer op voor samenwerking.

²Rekening houdend met natuurwaarden en provinciale en Europese regelgeving. De natuur is de kip met de gouden eieren, dus een zorgvuldige afweging van activiteiten is hierbij geboden.



4. Kansen voor dagrecreatieve-voorzieningen

De gemeente laat een onderzoek doen naar de mate waarin de capaciteit en kwaliteit van het huidige aanbod van dagrecreatieve voorzieningen, zich verhoudt tot de ambities van de gemeente als aantrekkelijke vestigingsplaats en recreatieve bestemming. In de omgevingsvisies zowel binnen als buiten het stedelijk gebied wordt duidelijk waar ruimte is voor ontwikkeling. Waar nodig stimuleren we vernieuwing of kwaliteitsverbetering. Initiatieven die passen binnen de doelstellingen en thema's van deze visie worden ondersteund.

5. Activiteit bij de boer

Bij het aanbieden van activiteiten liggen er kansen in verbinding van recreanten met agrariërs. Boerengolf is een bekend voorbeeld maar er is zoveel meer mogelijk. Aan food (smaak) gerelateerde activiteiten passen bij uitstek in de ambities van FoodValley als topregio in Agro Food. Het verhaal van de World Food Experience in het echt beleven, dat kan in het agrarisch gebied. De gemeente inspireert en

ondersteunt boeren die op zoek zijn naar alternatieve of aanvullende verdienmodellen in dagrecreatie.

6. Zakelijk toerisme

De zakelijke markt is een lucratieve markt. Grootschalige zakelijke evenementen bieden ook kansen voor profilering van de gemeente als vestigingsplaats. De gemeente Ede heeft de ambitie om met name grootschalige zakelijke food-evenementen aan te trekken. Uit een onderzoek in 2016 is gebleken dat hiervoor op kwantiteit, kwaliteit en profilering een slag gemaakt kan worden in de beschikbare accommodatie-ruimte. In 2017 is onderzocht waar de kansen liggen en hoe die verzilverd kunnen worden. Tevens is een onderzoek gedaan naar hotelcapaciteit. De resultaten van de drie onderzoeken zullen worden uitgewerkt in een actieplan zakelijk toerisme. Onderdeel van het actieplan zal ook zijn de ontwikkeling van foodarrangementen voor de zakelijke markt.



Speerpunt 5. Herkenbare toeristische marketing en informatievoorziening

Toeristische marketing en informatievoorziening Ede anno nu

De toeristische informatievoorziening wordt nu verzorgd door UitinEde en het gastheerschap in de gemeente wordt verzorgd door Stadswinkel in Cultura en de 4 VVV-agentschappen. VisitVeluwe heeft de opdracht voor de toeristische marketing van de gehele Veluwe. VisitVeluwe is, als het gaat om de toeristische marketing, de etalage voor bezoekers van verder weg en toont de toppers en thema's. Voor meer informatie worden bezoekers van daaruit doorgeleid naar de lokale toeristische informatie, zowel online als offline.

Gemeente Ede geeft citymarketing binnen de gemeente een plek, om gemeente Ede te 'branden' en vermarkten op de thema's wonen, werken, ondernemen en studeren. Waarschijnlijk gaat citymarketing van gemeente Ede ook de lokale recreatie- en toerismesector vermarkten en het lokale gastheerschap vervullen, waarmee citymarketing een portaal wordt naar activiteiten en verblijf in gemeente Ede.

Voor ondernemenden in de recreatie- en toerismesector is een goede toeristische (gebieds-)marketing van optimaal belang. Binnen de gemeente Ede is er onder ondernemenden een groot draagvlak voor VisitVeluwe en het merk Veluwe. Voor ondernemenden moet de Veluwe centraal staan in de toeristische marketing. Daarbinnen moet de gemeente een eigen gezicht krijgen. Voor veel stakeholders binnen de gemeente is het nog zoeken naar de verhouding tussen de stad en de dorpen: hoe zetten we de gemeente, de stad en de dorpen nu op de kaart?

Hier gaan we aan werken

Dit speerpunt draait erom de kwaliteiten van gemeente Ede optimaal te presenteren en te tonen wat de gemeente te bieden heeft. Dat gaat de gemeente doen door een concrete invulling te geven aan het toeristisch profiel van de gemeente Ede in samenwerking met de sector. In de toekomst heeft de gemeente Ede een herkenbaar toeristisch profiel binnen de Veluwe en dit profiel heeft in alle fasen van de guest journey een plek: ook in de marketingbelofte vooraf en in de producten en informatievoorziening ter plekke. De gemeente continueert de samenwerking met VisitVeluwe en zorgt voor samenhang op de verschillende schaalniveaus, waaronder citymarketing. Ondernemenden hebben, via een afvaardiging vanuit een toeristisch platform, inbreng in de lokale en regionale vrijetijdsmarketing. Marketingorganisaties en ondernemenden werken nauw samen om de kwaliteiten en bedrijven onder de aandacht van bezoekers te brengen. De bezoeker ervaart de authentieke Veluwse gastvrijheid met dank aan medewerkers en ondernemenden die optreden als ambassadeurs van de regio. De lokale vrijetijdsmarketing sluit in stijl aan bij de regionale Veluwebemarketing en toont daarin een duidelijk gemeente Ede profiel.



Herkenbare marketing en informatievoorziening – acties

1. Toeristisch profiel aanscherpen

Deze visie beschrijft een aanzet voor een toeristisch profiel van de gemeente Ede, rondom de thema's Smaak (taste), Militaire historie & Kröller Müller (culture) en de Veluwebeleving (active en relax). Het is van belang dat dit toeristische profiel verder aan te scherpen, zodat een heldere marktprofilering van Ede binnen de Veluwe ontstaat. Vanuit dit profiel maakt gemeente Ede onderbouwde keuzes: op welk niveau zijn inspanningen nodig om deze thema's toeristisch te vermarkten?

2. Toeristische informatievoorziening 2.0

De gemeente wil inzetten op een toekomstbestendige en eigentijdse informatievoorziening voor de toerist. De toeristische regiomarketing en informatievoorziening zal meer samenhang moeten vertonen en in moeten inspringen op de veranderende marktomstandigheden: er gebeurt steeds meer online en consumenten verwachten steeds vaker ook dat hun gastheer/vrouw (de ondernemenden) de informatievoorziening kunnen verzorgen. Daartoe ontwikkelt de gemeente samen met citymarketing en in afstemming met VisitVeluwe een plan voor informatievoorziening 2.0, met als sleutelbegrippen: online vindbaar, internationaal, samenhang met regiomarketing, van informatie naar inspiratie, meertaligheid, kennisontwikkeling en kennisprogramma's (doelgroepgericht denken, focus op de buitenlandse gast en ambassadeurschap).

3. Rol van VisitVeluwe continueren

Gemeente Ede en veel ondernemenden zien in VisitVeluwe de belangrijkste partner voor regionale en (inter)nationale toeristische marketing. De gemeente wil dan ook de samenwerking met VisitVeluwe continueren. De gemeente gaat heldere afspraken maken met VisitVeluwe over de wijze waarop zij de gemeente Ede, de stad en dorpen binnen de bredere Veluwe-marketing een plek gaat geven. VisitVeluwe heeft aangegeven op zoek te zijn naar specifieke content om het gebied rondom Ede binnen de Veluwe-marketing in te vullen. Het toeristisch profiel is daarvoor cruciaal.

4. Gezicht geven aan de dorpen binnen breder toeristisch profiel

Toeristische marketing gebeurt veelal op schaal van regio's, omdat toeristen en recreanten in eerste plaats vaak een regio bezoeken. Vandaaruit ondernemen zij activiteiten in de regio en bezoeken zij attracties en plaatsen. De gemeente is zich hiervan bewust en beseft dat, vanwege deze schaalgrootte, VisitVeluwe vooral een regionale focus heeft. Aan de andere kant is het van belang om ook de eigen lokale identiteit uit te dragen. De gemeente wil, binnen het bredere profiel van de gemeente en de Veluwe, met ieder dorp een eigen 'gezicht' gaan omschrijven: een specifieke kleur dat het dorp een plek kan geven binnen de bredere marketing van het gebied Ede. Het kan bijvoorbeeld gaan om het 'kunstenaarsdorp', het 'groene middelpunt van Nederland' etc.

5. Concreet aan de slag op drie schaalniveaus

De schaalgrootte en het ambitieniveau van de verschillende ondernemenden binnen de gemeente verschilt sterk. De gemeente gelooft dat we op al deze schaalniveaus effectief kunnen zijn en onze ambities kunnen waarmaken, als we dat maar gericht doen. Daarom wil de gemeente samen met VisitVeluwe en ondernemenden inzetten op een uitwerking van toeristische marketingplannen op drie ambitieniveaus:

- binnenlands toerisme
- de buurlanden
- de 'verwegmarkten': met een aantal top-ondernemenden en VisitVeluwe gaat de gemeente verkennen wat er nodig is om de 'verwegmarkten' te kunnen bedienen. Dit is met nadruk een gemeente overschrijdend aandachtspunt

De gemeente ontwikkelt in nauwe samenwerking met VisitVeluwe strategieën op al deze drie niveaus. Daarin wordt gekeken naar het product (is het product op orde? Hoe is de bereikbaarheid?) en de toeristische vermarkting. Naarmate het schaalniveau hoger wordt, zal er ook meer regionaal of zelfs landelijk worden samengewerkt.

Samen werken aan vrije tijd

Het succes van deze visie staat of valt met de wijze waarop de samenwerking in en met de recreatie- en toerismesector georganiseerd is. Minstens zo van belang is het kennisniveau van ondernemenden op het gebied van de regio, de gast en elkaar om zo gezamenlijk te werken aan een vitale en eigentijdse recreatie- en toerismesector. Kortom: gemeente Ede en de ondernemenden werken aan vrije tijd. In dit hoofdstuk staan de acties die, naast de genoemde speerpunten, nodig zijn om de ambities uit deze visie te realiseren.

5.1 Interne organisatie

Eén ingang voor de sector

De gemeente zorgt voor één ingang voor de sector, van waaruit (proactief) contact wordt onderhouden met de ondernemenden en zorgt voor interne afstemming binnen de gemeente. Die functie wordt ingevuld door een team Recreatie & Toerisme dat bestaat uit een regievoerder en een beleidsmedewerker / accountmanager. Voor de beoordeling van ruimtelijke plannen werkt het team samen met de experts in Ruimtelijke Ontwikkeling.

Stroomlijnen interne samenwerking

Nu de recreatie- en toerismesector meer dan voorheen een speerpunt van de gemeente is, gaat de gemeente de interne samenwerking verder stroomlijnen en optimaliseren. De regievoerder (zie 'Eén ingang voor de sector') is de spin in het web in deze interne samenwerking en zoekt nadrukkelijk de samenwerking op met collega's van natuur, landschap, ruimtelijke ordening, erfgoed, cultuur, sport, etc..

Uitwerking uitnodigingskader

De gemeente Ede nodigt de recreatie- en toerismesector en andere initiatiefnemers uit om in gesprek te gaan over voorliggende visie en kansen voor de sector. Daarmee gaat de gemeente de samenwerking aan met ondernemenden, wat uiteraard niet wil zeggen dat ieder initiatief goedgekeurd wordt. Het uitgangspunt van de gemeente is om samen de mogelijkheden te bezien. De gemeente verwacht van ondernemenden dat zij ondernemerschap tonen, kennis hebben van de bezoeker of gast, een visie hebben op de toekomst van hun initiatief en/of bedrijf en zorgen voor een goede uitwerking en bedrijfseconomische onderbouwing. Ook als het gaat om relatief eenvoudige acties is dit van belang: wie draagt de risico's, wie zorgt voor beheer en onderhoud in de toekomst, wat is de toegevoegde waarde voor de omgeving? Voor ondernemenden is het belangrijk om helderheid te hebben over de procedure, wat de gemeente verstaat onder 'toegevoegde waarde' en een juiste invulling van het 'plussenbeleid'. De gemeente zal daarom, met de uitwerking van deze visie in een uitvoeringsprogramma, tevens een uitnodigingskader uitwerken. Dat uitnodigingskader zal een concreet stappenplan bevatten voor ondernemenden met initiatieven.

5.2 Samen werken

5.2.1 Samenwerking met de sector

Het bundelen van ondernemerskracht is een belangrijke succesfactor om de ambities te kunnen realiseren uit deze visie. Voor de

gemeente is het daarbij ook van belang om een gezamenlijk aanspreekpunt in de sector te hebben. De gemeente stimuleert en faciliteert dan ook actief de oprichting van een toeristisch platform door ondernemenden. Het platform biedt meerwaarde voor ondernemenden door het versterken van de samenwerking en gezamenlijk opdrachtgeverschap voor productontwikkeling en de afstemming over strategische onderwerpen tussen de gemeente en de ondernemenden. De gemeente faciliteert dit graag; de regie ligt bij de sector zelf. We onderzoeken de mogelijkheid van een toeristisch platform naar voorbeeld van het Toeristisch Platform Apeldoorn³.

5.2.2 Samenwerking binnen de sector

De samenwerking binnen de recreatie- en toerismesector kan beter. De gemeente wil samenwerking stimuleren tussen 'gelijkgestemden'. De 'grote' attracties zijn vertegenwoordigd binnen het Economic Board Ede of de marketingtafel van citymarketing van gemeente Ede. Specifiek voor de recreatie- en toerismesector is het toeristisch platform de plaats waar ondernemenden met elkaar werken aan versterken van het geheel. Om verdere samenwerking tussen vergelijkbare spelers binnen de sector te stimuleren ziet de gemeente de volgende mogelijkheden:

- **Sectorgerichte samenwerking.**

Bijvoorbeeld: een netwerkclub hotels, een netwerkclub voor kampeer- en bungalowbedrijven etc. Het gaat hierbij dus om bedrijven die tegen vergelijkbare uitdagingen aanlopen.

- **Doelgroepgerichte / leefstijlgerichte samenwerking:** ondernemenden die zich op vergelijkbare doelgroepen / leefstijlen richten bij elkaar brengen, zodat heel gerichte samenwerking gezocht kan worden.

De gemeente gaat hierin niet sturen en laat het initiatief aan de sector. Desgevraagd wil de gemeente hier wel bij faciliteren, afhankelijk van in hoeverre een initiatief bijdraagt aan de gemeentelijke doelstellingen en draagvlak binnen de sector. Het toeristisch platform is de verbindende schakel naar de gemeente.

5.2.3 Bovenregionale samenwerking

De gemeente beseft terdege dat de toerist niet denkt in gemeentegrenzen en dat veel opgaven en uitdagingen gemeentegrens-overschrijdend zijn. Daarom zoekt de gemeente met nadruk de samenwerking met andere Veluwe gemeenten, de provincie en VisitVeluwe op, onder andere via de Veluwe Agenda. Uitgangspunt daarbij is: regionaal wat kan, lokaal wat moet. Tegelijkertijd beseft de gemeente dat een regionale aanpak, vanwege de betrokkenheden van vele actoren, ook vertragend kan werken. Om dat te

voorkomen, wil de gemeente ook duidelijk haar eigen prioriteiten stellen en deze afstemmen met de regio. Dat kan betekenen dat in sommige zaken de gemeente Ede het voortouw zal nemen.

5.3 Kennis en monitoring

Kennisprogramma's

Kennis is de sleutel in de ontwikkeling van de sector. De gemeente wil, in samenwerking met partners van bijvoorbeeld de Veluwe Agenda, VisitVeluwe en Vitale Vakantieparken, kennisprogramma's op een aantal onderdelen gaan faciliteren:

- **Doelgroepgericht denken (leefstijlen):**

een deel van het (verblijf)recreatief aanbod in Ede richt zich op dezelfde doelgroepen. Ook blijken nog steeds veel ondernemenden niet bewust te kiezen voor een bepaalde doelgroep. Zo ontstaat overaanbod (voor onder andere de rustig groene leefstijlgroep) en gaan ondernemers elkaar beconcurreren in plaats van het regionale aanbod aan te vullen en te versterken. Een scherpere focus leidt tot meer rendement en meer onderscheidend vermogen. Door het implementeren van de segmentatie van de Leisure Leefstijlen (zie bijlage 1), kan de sector beter inspelen op belevingskenmerken.

- **Focus op buitenlandse gast:**

er liggen kansen om meer buitenlandse gasten te trekken. Hierbij is het in eerste instantie het op orde brengen van de 'basis' belangrijk: kennisprogramma's over het belang van inkomend toerisme als markt en vervolgsessies over cultuurverschillen, marketing en productontwikkeling. Concreet actiepoint is zorgen dat buitenlandse gasten in ieder geval in het Engels te woord gestaan kunnen worden en informatie tot zich kunnen nemen.

- **Ambassadeurschap:**

Gemeente Ede ziet ondernemenden, waaronder vrijwilligersorganisaties, als de ambassadeurs van de gemeente. We zien graag dat zij de bijzondere cultuurhistorische verhalen van de regio uitdragen. Bij het versterken van de beleving (van bijvoorbeeld het stamkapitaal) hoort ook het versterken van organisaties en ondernemenden die zich hiervoor inzetten. Daartoe zet de gemeente een kennisprogramma Ambassadeurschap op. Gasten komen namelijk voor het totale gebied en de Veluwe-beleving en hiervoor is het van belang dat

ondernemenden elkaar goed kennen, maar ook dat zij ambassadeur van het gebied zijn. Via het traject Ambassadeurschap gemeente Ede worden ondernemenden uitgedaagd over hun schutting te kijken naar het moois de buurman te bieden heeft. Ondernemenden moeten elkaar én de mooiste plekken en verhalen van de regio kennen.

De thema's waarop ondernemenden kennis willen ontwikkelen kan van jaar tot jaar verschillen, omdat ook de maatschappij en de markt continu in verandering zijn.

Gerichte monitoring

Om de effecten van deze visie te meten en te weten of de doelstelling behaald wordt, is onderzoek noodzakelijk. De gemeente laat de effecten meten, mogelijk ook gedurende de uitvoering van deze visie, om waar nodig tussentijds bij te kunnen sturen.

5.4 Vindbaar- en bereikbaarheid

Ondernemenden, zowel in de verblijfsrecreatie als de dagrecreatie, geven aan dat de praktische vindbaarheid en bereikbaarheid van recreatief-toeristische locaties en routes in gemeente Ede beter kan. In het gebied willen bedrijven en voorzieningen beter bewegwijzerd en daarmee vindbaar zijn. Om hierin te voorzien heeft de gemeente een contract met een leverancier van bewegwijzering, waar ondernemenden aan deel kunnen nemen. Zodoende blijft uniformiteit van de bewegwijzering gewaarborgd. De gemeente wil, in samenwerking met de uitvoerende marketinginstanties, de bekendheid van dit contract vergroten bij ondernemenden in de recreatie- en toerismesector en knelpunten oplossen. Ook de online vindbaarheid is een ontwikkelpunt (zie speerpunt 5, Herkenbare marketing en informatievoorziening).

5.5 Randvoorwaarden

Naast alle voorgenoemde plannen voor de recreatie- en toerismesector, is er een aantal randvoorwaardelijke zaken die beter moeten. Zo is er behoefte aan snel internet of breedband, het op peil houden van de OV-verbindingen in het gebied (denk aan de verbinding station Ede-Wageningen met het buitengebied) en verkeersveiligheid (denk aan veilige oversteekplaatsen) rondom recreatief-toeristische locaties. De gemeente onderkent het belang van deze randvoorwaarden en pakt dit op via onder andere de samenwerking binnen de VeluweAgenda.

Ondernemenden die ambassadeur zijn, vormen het visitekaartje van de regio: ambassadeurs die geworteld zijn in gemeente Ede en die helpen bij het bouwen en uitdragen van het toeristisch profiel. In het kennisprogramma Ambassadeurschap leren ondernemenden en andere belanghebbenden over het ontstaan van het landschap, de natuur, de cultuurhistorie en recreatiemogelijkheden van gemeente Ede aan de hand van de thema's Smaak, Militaire historie & Kröller Müller, Topactiviteiten en Onthaasten. Zo informeren zij hun eigen gasten beter en bieden zij een optimale beleving van de regio. Ondernemers kunnen zich onderscheiden als ambassadeur van de regio en leren elkaar én het gebied beter kennen. Het toeristisch profiel van de gemeente wordt hiermee nog meer (uit)gedragen.

³Zie ook: www.toeristischplatformapeldoorn.nl

Bijlage 1

Verantwoording deskresearch

- Corporate Story Ede (conceptversie oktober 2017)
- 10th European conference on Sensory And Consumer Research, Ede Wageningen, Food Valley Region – Citymarketing Gemeente Ede, 2017
- Actualisatie Marktstudie Hotels Ede – Bureau Stedelijke Planning, 2016
- Analyse toeristenbelasting – Gemeente Ede, 2016
- Boeren in de Food Valley – Blijdorp, 2016
- Brandhouse Positionering Ede – Business Openers, 2010
- Concept Plan Externe citymarketing-organisatie – Otten en Rietveld, 2017
- Continu Vakantieonderzoek – NBTC-NIPO Research, 2013
- Economische impact toerisme in de gemeente Ede – NHTV e.a., 2016
- Economische impact Toerisme in gemeente Ede – NHTV e.a., 2016
- Inventarisatie Hotels, B&B's en Dagrecreatie in Gemeente Ede – Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, 2017
- Inzicht in omvang en kenmerken van bezoek Nederlanders aan de vier prijswinnende mooiste natuurgebieden – NBTC-NIPO Research, 2017
- Kerncijfers Toerisme Veluwe – VisitVeluwe, 2016
- Meerjarenplan Zakelijke Food Evenementen Ede – Walnut Food & Hospitality Management,
- Memo Erfgoedtoerisme – Ruimtelijke Ontwikkeling en Grondzaken Gemeente Ede, 2017
- Merkanalyse Ede – Hendrik Beerda Consultancy, 2016
- Omgevingsvisie Ede-Stad 2030 – Gemeente Ede, 2017
- Presentatie startbijeenkomst R&T visie Ede, 2017
- Programma Buitengebied – Gemeente Ede, 2016
- Programma Levendig Centrum – Gemeente Ede, 2016
- Van peloton naar Kopgroep, Fietsplan gemeente Ede - 2016, gemeente Ede, 2016
- Projectplan ontwikkeling Dropzone Ede – Meijerink en Van Seters, 2015
- Rapportage Vitale Vakantieparken Ede – P. van Evert, 2016
- RecreantenAtlas Dagrecreatie – SmartAgent, 2013
- Regionale Leefstijlatlas Dagrecreatie Veluwe – SmartAgent, 2013
- Retailvisie 2030 gemeente Ede – Seinpost, 2016
- Samen Duurzaam Sterker – Rabobank, 2014
- Statistiek Logiesaccommodaties – CBS, 2016
- Tourism Highlights – UNWTO, 2015
- Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd – NRIT Media e.a., 2016
- Uit in Feiten en cijfers 2016 – Platform UIT in Ede, 2016
- Veluwe Agenda, beleef de beste Veluwe in 2025 – Sprintteam Gebiedsopgave Veluwe en Klankbordgroep Besturingsmodel, 2016
- Verblijfsrecreatie op de Veluwe – Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, 2015
- Werkgelegenheidscijfers – LISA, 2016
- Visie Ede 2025, Ede kiest voor Food – Gemeente Ede, 2014
- Visie Food! In uitvoering 2015-2020, Gemeente Ede, 2015

Bijlage 2

Samenvatting Leisure Leefstijlen

In dit document worden de Leisure Leefstijlen als doelgroep segmentatie genoemd. De RECRON en Smart Agent Company hebben samen de Recreantenatlas ontwikkeld. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag en de beleving van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Zowel voor de verblijfsrecreatie (toeristen) als voor de dagrecreatie (recreanten) zijn belevingswerelden onderscheiden.

De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven belevingswerelden, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen kleur. Elke kleur staat voor een specifiek vrijetijdsprofiel. Deze ‘Leisure Leefstijlen’ zijn het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod voor verblijfsrecreatie in dit onderzoek. De zeven segmenten van de Leisure Leefstijlen zijn weergegeven in onderstaand kader.

Uitbundig Geel	Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.
Gezellig Lime	Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zij zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoonshuishoudens.
Rustig Groen	Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.
Ingetogen Aqua	Rustige, geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspirerende activiteiten. Gaan vaak samen met hun partner op stap. Waarderen sportieve en culturele mogelijkheden. Willen meedoen met de maatschappij en alle veranderingen die zij daarin zien.
Sportief en Avontuurlijk Ondernemend Paars	Laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ontspannen door sauna of een wellness arrangement. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Mat name één- en tweepersoonshuishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.
Comfort en luxe stijlvol en luxe blauw	Zelfverzekerd. Vinden dat ze in hun vrijetijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen). Jonge één en tweepersoonshuishoudens en huishoudens met oudere kinderen.
Cultureel/creatief en Inspirerend Rood	Creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Vaak hoog opgeleid, maar door het grote aandeel jongeren nog niet altijd een hoog inkomen. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

NB omdat er in dagrecreatie en verblijfsrecreatie verschillende benamingen gelden voor blauw, paars en rood in de voorzetsels (zie in bovenstaand schema onder de betreffende kleuren), komt de lezer in het rapport beide namen tegen. Het gaat echter om dezelfde groepen.

