



# Beleidsplan



Gemeente  
Elburg

# Spots op Elburg II

2021-2030



‘Elburg prikkelt  
de zintuigen’

Cultuur & Erfgoed, Recreatie &  
Toerisme en Evenementen



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>4</b>
<b>De identiteit van Elburg</b>	<b>6</b>
Leefgebied	6
Marktgebied	7
Topbestemming	7
<b>Samenwerkingsverbanden</b>	<b>8</b>
<b>De droom van Elburg: Elburg prikkelt de zintuigen</b>	<b>10</b>
Zien	10
Ruiken	11
Horen	11
Voelen	11
Proeven	11
<b>Thema's</b>	<b>12</b>
Thema 1 Cultuur	12
Thema 2 Erfgoed	17
Thema 3 Natuur	21
<b>De verdieping</b>	<b>25</b>
<b>Doelgroepen en de benodigde benadering</b>	<b>27</b>
Doelgroepbenadering	27
Doelstellingen:	31
<b>Toerisme</b>	<b>32</b>
Ambitie toerisme	32
Doelstellingen toerisme	38
<b>De impact van (Hanze)marketing op het realiseren van de droom</b>	<b>39</b>
Hanzemarketing	39
Veluwe-marketing	40
<b>Aandachtspunten</b>	<b>42</b>
<b>Uitvoeringsprogramma</b>	<b>43</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>44</b>
Bijlage 1: Landelijke ontwikkelingen en trends	44
Bijlage 2: Lokale ontwikkelingen en trends	48
Bijlage 3: Samenwerkingen	52
Bijlage 4: Geraadpleegde bronnen	53

# Voorwoord

## Beste inwoners, ondernemers en andere geïnteresseerden,

Met groot enthousiasme presenteren wij het beleidsplan van de gemeente Elburg met als inhoudelijke focus cultuur & erfgoed, recreatie & toerisme en evenementen voor de periode 2021-2030. De gemeente wil cultuur, erfgoed, recreatie en toerisme blijvend stimuleren, initiëren en faciliteren. Door middel van cultureel ondernemerschap wil gemeente Elburg verbinden; niet alleen bezoekers en recreanten, maar ook inwoners en bedrijven. Dit plan geeft weer hoe recreatie en toerisme, evenementen en cultuur en educatie bijdragen aan de ontwikkeling van de gemeente Elburg. Hoe? Door de zintuigen van de doelgroepen te prikkelen.

In dit beleidsplan lees je hoe wij de zintuigen van doelgroepen prikkelen. Vertaald in ambities, een droom voor de lange termijn en agendapunten voor de korte termijn op het gebied van cultuur & erfgoed, recreatie & toerisme en evenementen. Het plan geeft voor de komende jaren richting aan de ontwikkeling van onze gemeente. In dit plan is rekening gehouden en aansluiting gezocht bij de algemene visie en missie tot 2030<sup>1</sup>: 'Samen naar een gezonde, veilige en duurzame balans tussen mens, ruimte en gebruik.' Om dromen werkelijkheid te laten worden, zijn er ook aandachtspunten en punten waarin nog geïnvesteerd dient te worden. Deze punten worden ook in het plan beschreven.

Voor de periode 2021-2030 heeft de gemeente Elburg ervoor gekozen om het beleidsplan onder te verdelen in de volgende thema's: Cultuur, Erfgoed en Natuur. Recreatie, evenementen en toerisme maken hier integraal onderdeel van uit. In de uitwerking van de thema's staat het volgende centraal: We gaan Elburg positioneren als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor ondernemers en als topbestemming voor bezoekers. Dit doen we door de verbindingen tussen kernen in de gemeente te versterken evenals de samenwerking met de omliggende regio en haar (Hanze) steden. De thema's worden belicht vanuit het perspectief van bewoners, bedrijven, toeristen, het gemeentebestuur en

---

<sup>1</sup> Bronvermelding: Omgevingsvisie Elburg (2018), Perspectief Hanzesteden 2020-2025

andere betrokkenen. Het resultaat? Drie thema's die elkaar versterken, waardoor alle zintuigen geprikkeld worden en Elburg een aantrekkelijk omgeving wordt om te wonen, te werken en te verblijven.

Dit beleidsplan is een doorontwikkeling van het plan 'Spots op Elburg 2017 - 2020'. Voor de doorontwikkeling is input opgehaald in een brainstormsessie. De groep voor de brainstormsessie is zorgvuldig samengesteld uit raadsleden, beleidsambtenaren en inwoners uit de verschillende kernen en vormde zo een afspiegeling van betrokken partijen bij de ontwikkeling van dit plan. Tevens is er input verkregen uit een online enquête, die uitgezet is bij ondernemers en inwoners van gemeente Elburg. Uit het bestaande plan, de brainstormsessie en 118 ingevulde enquêtes zijn nieuwe en aangescherpte ambities en doelstellingen geformuleerd, die vertaald zijn in dit beleidsstuk voor de komende 10 jaar. Deze doelstellingen worden in het plan benoemd en in het uitvoeringsprogramma uitgewerkt en geconcretiseerd.

Zo gaan we samen op weg naar een gedeelde visie en een uitvoeringsprogramma voor Elburg.

Veel leesplezier en laat je vooral inspireren.



# De identiteit van Elburg

Elburg is meer dan een eeuwenoud (Hanze)stadje op de Veluwe. Elburg kenmerkt zich door haar vijf kernen (Elburg, Doornspijk, 't Harde, Oostendorp en Hoge Enk) en wordt getypeerd door haar unieke ligging en historie. Elburg heeft veel te bieden; van monumentale panden en een historische haven die uitmondt op de randmeren tot de Veluwse bossen, zandverstuivingen en uitgestrekte weidegebieden en natuurlijk de eeuwenoude historie.

Hanzestad Elburg is één van de bekendste Hanzesteden van Nederland. De stad heeft een enorm potentieel. Door de unieke combinatie van cultuur, erfgoed en natuur **is het een toplocatie als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor bedrijven en als topbestemming voor bezoekers**. Dit levert volop kansen op voor de economie. Er wordt gewoond, gereisd, gewerkt, gecreëerd, gestudeerd, gespeeld, gebouwd en ga zo maar door. Veel van de straten ademen nog de sfeer van de middeleeuwen – het tijdperk waarin de vesting is geworden tot wat het nu is.

## Leefgebied

Elburg is een prachtige plek als leefgebied voor bewoners. De vesting kenmerkt zich door belangrijke culturele waarden, historische botterwerf, verschillende musea, verbinding met het water en natuur en de jaarlijkse evenementen. In de verschillende wijken van Elburg Oost en Oostendorp is en blijft het prettig wonen. Ook zijn daar veel sociale voorzieningen. Doornspijk, Hoge Enk en het buitengebied kenmerken zich door de hechte gemeenschap met vaak een christelijke achtergrond en zijn sterk verweven met het omliggende agrarische landschap. 't Harde typeert zich door de centrale ligging, dicht bij de natuur, een goede infrastructuur en door de veelzijdigheid van het dorp. De afgelopen jaren heeft 't Harde steeds meer het karakter van een groen dorp in de Veluwse bossen gekregen. Daardoor is Elburg verbonden met de achtergelegen bossen en natuur en een perfecte plek om te wonen.



## Marktgebied

Elburg biedt ook een ideaal marktgebied voor bedrijven. Ondernemers kunnen inspelen op het grote aanbod aan activiteiten en grote toestroom van verschillende doelgroepen: van cultuur- en erfgoedliefhebbers tot natuurliefhebbers – van jong tot oud. Door de samenwerkingsverbanden binnen de regio en binnen de Hanzemarketing ontstaan ook voor ondernemers interessante mogelijkheden en kansen.

## Topbestemming

Naast een rijk aanbod aan activiteiten voor bewoners en bedrijven, wil de gemeente ook bezoekers verleiden om naar Elburg te komen. Elburg heeft heel veel te bieden op het gebied van toerisme. Elburg ambieert een groene en innovatieve toekomst. Dit komt onder andere tot uiting in het cultureel educatief Centrum voor Cultuur. In dit Centrum krijgt educatie en participatie op het gebied van Cultuur, Erfgoed en Natuur een belangrijke plek en wordt duurzaamheid, vergroening en innovatie omarmd. Tevens wordt er in het Centrum actief samengewerkt met partners die ditzelfde doel nastreven.

Ook is Elburg uniek en onderscheidend door de contouren van de vesting en het prachtige landschap dat veel diversiteit biedt. Maar ook door cultuurhistorische parels, zoals de Vesting, Hanzestad, botters, visserijcultuur, cultuurlandschappen, landgoederen en kerkepaden. Deze rijkdommen gaan optimaal benut worden. De gemeente wil meer bezoekers verleiden een bezoek te brengen aan deze mooie plek.

# Samenwerkingsverbanden

Wij zijn trots zijn op wat Elburg te bieden heeft. Al jaren werken negen Hanzesteden in het oosten van Nederland succesvol samen onder het motto 'Habeant Hansam Suam – Laat ons een Hanzeverbond sluiten'. Ook met andere partners (o.a. Veluwe op 1, Visit Veluwe, Gastvrije Randmeren, Veluwe Remembers en samenwerking met omliggende gemeenten en culturele partners in de regio) worden krachten gebundeld. Deze samenwerkingen zijn succesvol. Samen met deze partners kan Elburg als een unieke plek, waar cultuur, erfgoed en natuur samenkomen, worden gepositioneerd.

De Hanzesteden, om er één samenwerkingsverband uit te lichten, werken samen op vijf niveaus. Internationaal werkt Hanzesteden Marketing samen met NBTC Holland Marketing, waarbij de Vlaamse en Duitse markt bewerkt worden via de internationale Hanzestedenlijn. NBTC Holland Marketing zet in op het HollandCity concept en een spreidingsstrategie met dezelfde naam. Via aantrekkelijke verhaallijnen worden plekken in Nederland aan elkaar gekoppeld rondom een gemeenschappelijk, krachtig thema en rondom passies van bezoekers. Eén van deze thema's is de Hanze. Nationaal werkt Hanzesteden Marketing samen met de provinciale campagnes Gelderse Streken en Visit Oost. De Hanzesteden functioneren daarbij als iconen. Hanzesteden Marketing coördineert de aanpak en zet deze aanpak door naar de lokale citymarketingorganisaties. Deze organisaties maken de lokale doorvertaling. Door de samenwerking op vijf niveaus is het efficiënt en effectief. Er wordt optimaal gebruik gemaakt van elkaars bestaande netwerk en de budgetten worden gebundeld. Zo wordt een multiplier in het bereik gecreëerd.

Door nog meer de verbinding te zoeken, de kracht van 'samen' uit te bouwen en de kernen te versterken komt er meer samenhang en eenduidigheid in de uitingen, wat de profilering en positionering van Elburg ten goede komt. Op die manier worden meer bezoekers verleid om een bezoek te brengen aan Elburg of één van de andere mooie Hanzesteden. Samenwerkingen tussen de gemeenten in de regio en ondernemers in bijvoorbeeld gezamenlijke productontwikkeling en arrangementen dient versterkt te worden. Dan kunnen regionale kennis en kosten gedeeld worden en kan er gebruik gemaakt worden van lokale personele inzet.



Naast de binnenlandse promotie zal nog sterker ingezet moeten worden op de promotie van Elburg op de Duitse en Belgische markt. Er zal sterk, professioneel en adequaat moeten worden ingespeeld op de veranderende consumentenvraag en het promoten van het culturele, toeristische aanbod. Zeker post-corona, zullen de samenwerking met de lokale ondernemers (meer vraag naar lokale producten/contact), het toeristische bedrijfsleven en de moderne ICT-mogelijkheden een belangrijke rol spelen.



# De droom van Elburg: Elburg prikkelt de zintuigen



Elburg heeft een enorm potentieel en wil dit sterker gaan benutten en uitdragen. Haar historie, het water, de ligging maken de vesting uniek. Elburg droomt ervan om zich te positioneren als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor ondernemers en als topbestemming voor bezoekers. Dit potentieel moet zichtbaarder, tastbaarder en bereikbaarder gemaakt worden. De laatste zowel letterlijk als figuurlijk.

Alle vijf kernen van Elburg hebben unieke eigenschappen. Door de krachten van de kernen te bundelen en actieve samenwerking op te zoeken met de regio en de Hanzesteden, worden unieke ervaringen gecreëerd. Alle vijf kernen van Elburg hebben wat te bieden. Samen bundelen de kernen hun krachten. Met bewoners als ambassadeur. Ook gaan de kernen actief samenwerken met de regio en de Hanzesteden om een unieke ervaring te creëren.

De zintuigen van bewoners, bedrijven en bezoekers moeten doorlopend geprikkeld worden. Cultuur, erfgoed en natuur in optima forma behouden zodat zoveel mogelijk mensen ervan kunnen genieten.

Lees je mee hoe wij dat doen?

## Zien

Zodra je een zeer goed bereikbaar Elburg binnenrijdt, worden je ogen geprikkeld door fleurige rotondes, bloemen in lantaarnpalen, verlichting van de haven, cultuurhistorische parels en prachtige middeleeuwse steegjes. Wandel je in de zomer door Elburg, dan zie je bloemrijke paden en weilanden, lommerrijke bospaden, afwisselende klompenpaden, aangeklede havengebieden met botters die dienen als een podium op het water. Veel van de straten ademen nog de sfeer van de middeleeuwen, het tijdperk waarin de vesting is geworden tot wat het nu nog is. Binnen Elburg staan authentieke, historische gebouwen zoals de Sint-Ludgeruskerk en landgoed Zwaluwenburg. Maar ook monumenten, oude stukken stadsmuren en prachtige gevels. In de natuur is ook genoeg te zien. In Doornspijk bij de Sint-Ludgeruskerk kun je, onder begeleiding van een ervaren vogelgids, bijzondere vogels spotten en in 't Harde zie je in de zomer een zee van bloemen in de A. Vogel tuinen.

## Ruiken

Elburg is niet alleen een lust voor het oog. In de omliggende natuur kom je tot rust door het opsnuiven van de heerlijke Veluwe boslucht, de geur van het vers gemaaide gras van de weidegebieden en van het water van de randmeren. Maar vergeet ook niet de geur van het roken van paling en de streekproducten. En wanneer je in de vesting bent, laat dan je zintuigen tot leven komen in de kruidentuin.

## Horen

Elburg kent een rijk, muzikaal cultureel leven met een muziekschool, muziekverenigingen, diverse koren met concerten op bijzondere plaatsen en muziekkuitvoeringen in de Kloostertuin. De culturele instellingen, stichtingen en verenigingen in Elburg presenteren het gehele jaar een divers programma met onder andere lezingen, theater, beeldende kunst en nog veel meer. Maar ook de stilte kun je 'horen'. Kom tot rust in de natuur en geniet van deze stilte. Natuurlijk kun je in de natuur, de bossen, op het water, in de weilanden ook genieten van de ruisende wind, fluitende vogels en het kabbelende water.

## Voelen

In Elburg wordt ook je gevoel geprikkeld. Het gevoel van nostalgie met de oude ambachten en historische panden in de vesting. Laat het zand op de zandverstuiving door je vingers gaan of voel daar de zinderende hitte in de zomer. Laat je kinderen spelen in het zand of loop samen het blotevoetenpad. Voel de wind door je haren op de fiets of op het water. Elburg heeft het, voor jong en oud.

## Proeven

Ook als je liever gaat winkelen of culinair wilt genieten ben je in Elburg aan het juiste adres. Proef die heerlijke verse vis, de typische streekproducten en de smakelijke streek- en Hanzegerechten. Elburg is rijk aan verschillende winkels en horecagelegenheden waar je naartoe kan voor deze smaakbeleving. Ideaal voor fijnproevers.

# Thema's

Om de droom te realiseren kiezen we er voor de periode 2021-2030 voor om het beleid onder te verdelen in drie thema's: Cultuur, Erfgoed en Natuur.

In de uitwerking van de thema's staat het volgende centraal: het versterken van de verbindingen tussen kernen in de gemeente, het samenwerken met de omliggende regio en haar (Hanze)steden en de invloed op recreatie, toerisme en evenementen. De thema's worden belicht vanuit het perspectief en de actieve betrokkenheid van bewoners, ondernemers, toeristen, gemeentebestuur en andere betrokkenen. Het resultaat? Drie thema's die elkaar versterken, waardoor alle zintuigen geprikkeld worden en Elburg een aantrekkelijke omgeving wordt om te wonen, werken en te verblijven.

## Thema 1 Cultuur

### **Ambitie: Cultureel ondernemerschap**

Cultuur draagt bij aan toerisme, beleving in, aan en van Elburg. Van 2021 tot 2030 worden hoogwaardige culturelere activiteiten opgezet die de aantrekkelijkheid van Elburg als woon-, onderneem- en verblijfstad nog meer stimuleren. Elburg wordt gezien als een plek waar kennis en cultuur in balans zijn. De belangrijkste speerpunten zijn dan ook: stimuleren, initiëren, faciliteren, verbinden en cultureel ondernemerschap.

Ondernemers, vrijwilligers, instellingen en de gemeente slaan hun handen ineen om het aanbod aan culturele activiteiten aantrekkelijker te maken en verder uit te breiden (cultureel ondernemerschap). In 2030 zal het culturele leven en de rijke cultuurhistorie van Elburg hierdoor zichtbaarder zijn. Deze activiteiten zullen de maatschappelijke rol van kunst en cultuur versterken en de culturele participatie van alle generaties (kinderen, jongeren, alleenstaanden, senioren) vergroten. Voor nieuwe activiteiten die generatie-overstijgend zijn, kunnen specifieke subsidies als middel dienen om écht mooie producten en activiteiten vorm te geven.

### **De rol van de gemeente**

Om dit de aankomende jaren te bereiken, gaat de gemeente werken aan twee zaken: zichtbaarheid en samenwerken. Zichtbaarheid is nodig, zodat het culturele aanbod kenbaar wordt bij de inwoners, ondernemers en (potentiële) bezoekers. Samenwerken is nodig om kansen te signaleren en hier kwalitatief hoogwaardige uitvoering aan te geven,

zonder het maken van onnodige, dan wel dubbele kosten. Samenwerken betekent investeren in samenwerkingen op meerdere niveaus; samenwerken met ondernemers en bewoners binnen de gemeente, samenwerken tussen de (Hanze)steden en regio's en samenwerken op nationaal en internationaal niveau. Maar ook samenwerken met overige gemeentelijke thema's zoals erfgoed, duurzaamheid. Daarbij is communicatie cruciaal.

### **De cultuur- en evenementenagenda**

De gemeente vervult een faciliterende rol in het aanjagen van cultureel ondernemerschap en het opstellen van een cultuur- en evenementagenda. De rol van de gemeente in de toekomstige ontwikkelingen van Elburg op het gebied van cultuur is verbinden: personen, doelgroepen, ondernemers, partners, jong en oud; vanuit activiteiten en vraaggericht aanbod zet de gemeente in op nieuwe combinaties. Ook bij evenementen vervult de gemeente een faciliterende rol. De evenementen zijn de verantwoordelijkheid van de initiatiefnemers. De initiatiefnemers nemen contact op met de gemeente over koers en planning, zodat activiteiten verspreid worden over het gehele jaar en er met regelmaat wat te doen is in Elburg, zowel in de zomer als in de winter. De ambitie hierbij is om de culturele- en evenementenagenda een plek te laten krijgen binnen de gemeente Elburg.

Vanzelfsprekend kijkt de gemeente altijd actief naar nieuwe partners, kansen, subsidievormen en werkt zij mee aan productontwikkeling. De gemeente laat een partij niet helemaal 'los', maar zet (mede) in op de nieuwe kansen, samenwerkingen en activiteiten.

De gemeente informeert inwoners in een vroegtijdig stadium over plannen en over optionele activiteiten op de cultuur en evenementen agenda en geeft hun de ruimte om mee te denken.


### **Elburg prikkelt de zintuigen. Hoe doen wij dat op gebied van cultuur?**

De dynamiek van Elburg is van belang om zintuigen te kunnen prikkelen. Je kunt een prachtige gemeente zijn, maar als er geen activiteiten georganiseerd worden om dit te ondersteunen, zal een bewoner, een ondernemer dan wel een gast de stad niet optimaal beleven. Het doel is dat Elburg in 2030 een veelzijdig aanbod aan evenementen voor verschillende doelgroepen aanbiedt.



## Doelstellingen Cultuur

Vanuit de ambitie zijn doelstellingen bepaald. Deze doelstellingen worden in het uitvoeringsprogramma verder uitgewerkt. De doelstellingen voor cultuur zijn:



**Korte termijn (1-2 jaar)**

- Een cultureel educatief centrum oprichten waar alle culturele instellingen en partners elkaar treffen en gezamenlijk de culturele infrastructuur van Elburg vormgeven;
- Het Centrum voor Cultuur krijgt een baliefunctie waar informatie verstrekt wordt over het aanbod aan culturele activiteiten. Ook zijn alle culturele programma's via de website te vinden. Inwoners en bezoekers kunnen zelf een cultuurmenu samenstellen;
- Het centrum biedt o.a. mogelijkheid voor (ondersteuning voor) het schrijven en ontwikkelen van aanbod vanuit de culturele instellingen voor de diverse doelgroepen;
- Het aanbod voor ouderen uitbreiden; diverse culturele instellingen kunnen iets doen voor deze doelgroep, waardoor levenslust van deze doelgroep toeneemt en eenzaamheid vermindert; boost op korte termijn en continue doorontwikkeling;
- Actief op zoek naar de culturele behoefte onder jongeren. Wat spreekt hen aan? Welke rol kan de gemeente daarin vervullen? Kan een cultuuraanbod een gevoel van eenzaamheid onder jongeren verminderen?;
- Goede verdeling van Evenementen over het gehele jaar; Hierbij zetten we in op activiteiten in alle kernen, die tevens passen bij identiteit en trots van onze eigen inwoners;
- Een evenementenkalender opzetten.

2023

2024

2025

2026

### Middellange termijn (3-5 jaar)

- Zodra de Cultuurmenukaart is doorgevoerd, kan deze worden uitgebouwd naar een Natuurmenukaart. Het aanbod van deze menukaarten wordt getoond op de website van het Centrum van Cultuur (CvC). Het Centrum van Cultuur ontwikkelt brede arrangementen, waardoor bezoekers verleid worden om langer in de gemeente te verblijven;
- De zichtbaarheid van de stad wordt vergroot, o.a. door het DNA, de historie en het verhaal van de stad sterker uit te dragen. Hierdoor wordt het gezamenlijk uitdragen van trots gestimuleerd;
- Productontwikkeling via app of site, digitale wandelroute waardoor een bezoeker een verrassend inblikje krijgt in de geschiedenis van Elburg;
- De parels, kernkwaliteiten en identiteitsdragers van Elburg worden in beeld gebracht en kunnen bezichtigd worden via een sightseeing tour (hop-on-hop-off bus);
- Dagprogramma's waarin activiteiten worden aangeboden in en rondom de gemeente Elburg om de bezoekduur te verlengen en alternatieve opties aan te dragen voor gelegenheden die op zondag gesloten zijn.

2026

2027

2028

2029

2030

2031

### Lange termijn (6-10 jaar)

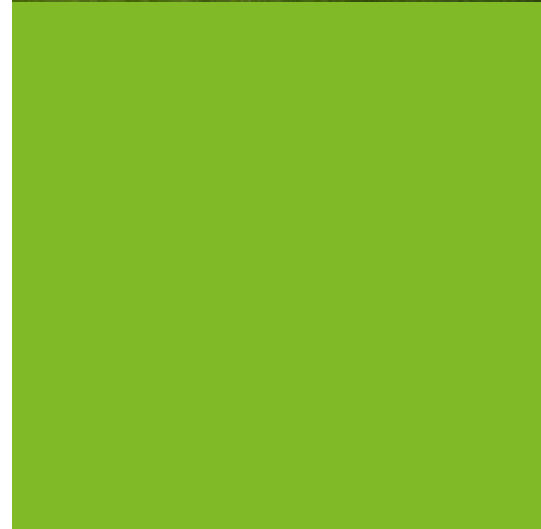
- Vanuit de ontwikkelingen op de korte en middellange termijn, nieuwe kansen verkennen en ondersteuning bieden aan culturele initiatieven;
- Meer samenhang en samenwerking tussen de culturele instellingen waarbij vanuit 'die samenwerking een sterke culturele infrastructuur bereikt wordt;
- Vanuit de samenwerkingen met ondernemers, scholen, zorgcentra/wijkcentra, wordt aanbod en programmering opgezet; voor ieders wat wils. Maatwerk voor inwoners en bezoekers van de gemeente Elburg.



### Vrijwilligers

Om bovenstaande te realiseren moet de inzet van vrijwilligers gekoesterd worden. In het rapport 'de Rijkdom van Elburg' staat aangegeven dat de waarde aan vrijwilligersuren op het gebied van kunst en cultuur geraamd wordt op een bedrag van € 5.000.000,00 per jaar. Dit bedrag hoeft de gemeente niet uit te geven en we plukken hier met z'n allen wel de vruchten van. Deze vrijwilligers zorgen voor cultuur in Elburg.

Door meer in te zetten op waardering in de vorm van ondersteunen, oppakken van nieuwe initiatieven en het 'samen met de gemeente'-gevoel gestalte te geven, kan Elburg optimaal gebruikmaken van de samenwerking met vrijwilligers.





## Thema 2 Erfgoed

### **Ambitie: Samen Elburg**

Zodra je Elburg inrijdt, worden je zintuigen geprikkeld.

Overall is iets te zien; van de Veluwe bossen en natuur tot cultuurhistorische parels, middeleeuwse steegjes en historische landgoederen. Elburg is veelzijdig en bruist van de geschiedenis. Daar ligt haar kracht. Elburg vesting heeft een interessant en authentiek historisch verhaal te vertellen.

De komende jaren leggen we nog meer de focus op het schrijven en uitdragen van dit krachtige authentiek historische verhaal, met een duidelijke eigen identiteit, waardoor het aantrekkelijker wordt om de plek te bezoeken, om er te wonen en om er te ondernemen.

De gemeente wil het cultureel erfgoed beschermen en in stand houden, maar ook versterken, ontwikkelen en benutten. Niet alleen binnen de vesting, maar ook daarbuiten. De aankomende jaren wordt er geïnvesteerd in uitnodigende kernen; denk aan fleurige bloemen, een sfeervol verlichte haven en extra aandacht voor de toegangswegen naar Elburg. In de zomer wordt het havengebied aangekleed en kunnen bidders als podium gebruikt worden. Dit alles geeft het gevoel van een warm welkom in Elburg. Daarbij maakt het niet uit vanaf welke kant je Elburg binnen komt rijden of varen.

Ook wordt er geïnvesteerd in het behoud van monumentale panden, de oude havenkom, musea, kerken, kerkepaden en landgoederen. Het is belangrijk om de ontstaansgeschiedenis van de vesting in ere te houden. En niet te vergeten het historisch cultuurlandschap, de in Elburg gelegen bossen, heide, zandverstuiving en het omliggende water, zoals het Veluwemeer en het Drontermeer. Door ook deze trekpleisters onder de aandacht te brengen, verleiden we bezoekers om langer te blijven.

### **Behoud eigen identiteit**

Van groot belang is dat Elburg voortborduurt op haar eigen identiteit. Ook dient er respectvol te worden omgegaan met de landschappelijke en sociale waarden van haar erfgoed. Het erfgoed staat zeer hoog in het vaandel.

Om dit de aankomende jaren te bereiken, is ook hierin verbinden en samenwerken van en door de gemeente met de omliggende regio's van belang. Hiervoor is één centrale koers – een koers die een eigen verhaal en identiteit uitdraagt – essentieel. De gemeente wil in deze koers, het verhaal en de identiteit van Elburg de nadruk leggen op het 'benutten van de cultuurhistorische waarden voor recreatie en toerisme'. Het doel is dat investeringen op gang komen die bijdragen aan het versterken van de vitaliteit, leefbaarheid en kwaliteit in de gemeenten.

De koers van de gemeente is die van 'behoud door ontwikkeling', omdat nieuwe grote opgaven, zoals energietransitie en klimaatadaptatie, vragen om instrumenten en een aanpak waarbij nieuwe initiatieven losgemaakt worden.


Erfgoed wordt op deze manier in een breder perspectief geplaatst. De gemeente gaat hierop inspelen; belangrijke opgaven zoals groene recreatie en toerisme, het toevoegen van aantrekkelijke groene woongebieden en het innovatief doorpakken op het gebied van erfgoed en duurzame energie.

De gemeente gaat samen met de regio werken aan de transformatie naar een duurzame stad, waarin energie duurzaam opgewekt wordt en daar efficiënt mee wordt omgegaan.

De aankomende jaren zal de gemeente stimuleren en uitnodigen tot passende initiatieven op het gebied van duurzaam erfgoed. Extra inkomsten kunnen bijdragen aan de instandhouding en onderhoud van bijzondere plekken en economisch rendement erfgoed.

### **Doelstellingen Erfgoed**

Vanuit de ambitie zijn doelstellingen bepaald. Deze doelstellingen worden verder uitgewerkt in het uitvoeringsprogramma. De doelstellingen zijn:



### **Korte termijn (1-2 jaar)**

- Het schrijven van een krachtig, authentiek-historisch verhaal van Elburg in samenwerking met lokale kennis en kunde; start in korte termijn en loopt door in middellange termijn;
- Hanze-DNA (pragmatisme, samenwerken, internationale oriëntatie en lef) beschermen en in stand houden, maar ook versterken, ontwikkelen en benutten;
- Organiseren jaarlijks Hanze-evenement (2023 uitpakken met het Hanze-icoonjaar);
- Elburg als Hanzestad promoten in de buurlanden en als Hanze- en ambachtsstad in Nederland;
- Oorlogserfgoed en erfgoedregister; verhalen van vroeger vertellen en digitaal ontsluiten; vanuit een boost korte termijn doorontwikkeling in middellange en lange termijn;

- De realisatie van het Schildersmuseum (2022) bij Museum Elburg met extra activiteiten en verbinding met Beroepsonderwijs, kennis-kunde en ambacht/erfgoed en 'jong geleerd-oud gedaan'. Daarbij wordt ook ingezet op hedendaagse én toekomstige technieken/ambachten en worden workshops in volle breedte ontwikkeld;
- Enthousiasmeren van leerlingen beroepsonderwijs voor ambachten en projecten/producten 'die ertoe doen'. Denk hierbij aan behoud Keitjesstoepen, restauratie erfgoed/monumentale elementen in de gemeente;
- Productontwikkeling in het kader van beleavingsgebied 'Oude Zuiderzeekust en Hanze'.

2023

2024

2025

2026

### Middellange termijn (3-5 jaar)

- Digitaal (via app, podcast of site) worden verhalen verteld over karakteristieke monumentale en landschappelijke elementen. De lezer/luisteraar (inwoner, maar ook bezoeker) krijgt zo een verrassend inkijkje in de geschiedenis door middel van bijvoorbeeld een digitale wandelroute;
- Herbestemming van leegstaand erfgoed en medegebruik panden voor bezoekersdoeleinden (bijv. bezoekercentra, activiteitontwikkeling) en doorontwikkeling voorzieningen (bijv. Hanzerestaurants);
- Thematische fietsroute langs landgoederen (met verhaal) realiseren; Sint-Ludgeruskerk Doornspijk, Nederlands Artilleriemuseum Tonnetkazerne 't Harde.



**Lange termijn (6-10 jaar)**

- Extra inkomsten zoeken die bijdragen aan instandhouding en onderhoud bijzondere plekken en economisch rendement erfgoed;
- Duurzaamheid en Erfgoed zijn actief aan elkaar verbonden.

**Continu**

- Behoud van Cultuurhistorisch Erfgoed/monumenten is en blijft van waarde; door het meer uitdragen op diverse manieren worden behoud/instandhouding, ambachten, educatie/scholen én jong geleerd-oude gedaan' versterkt;
- Inspireer, mobiliseer en nodig uit tot passende initiatieven op het gebied van duurzaamheid en faciliteer deze.

## Thema 3 Natuur

### **Ambitie: Landschap in topconditie**

Elburg biedt qua natuur veel mogelijkheden en voor ieder wat wils. Recreanten en toeristen worden aangetrokken door de weergalozes natuur, de diversiteit aan landschappen, de attracties, de authentieke kernen en de rijkdom aan erfgoed. Het Veluwemeer bijvoorbeeld biedt ruimte voor vele vormen van watersport. De zandverstuivingen en weidegebieden maken het voor inwoners en bezoekers aantrekkelijk om te wandelen en fietsen. Voel je weer die prikkeling van de zintuigen waar we eerder naar verwezen? Elburg gaat deze prikkeling de komende 10 jaren toegankelijker maken en een excellente gastvrijheid bieden aan bezoekers. Ook wil Elburg de kwaliteit van voorzieningen en attracties verhogen. Echter wel op een zodanige manier dat het verantwoord en duurzaam is en waarbij kwetsbare natuurgebieden worden ontzien. Verbinden, door middel van natuurparticipatie en natuureducatie, staat hierbij centraal.

De omliggende natuur is zeer waardevol voor Elburg. Het omliggende landschap, de natuur, erfgoed, de kernen, de omliggende dorpen zijn uniek en bieden perspectief, zowel nationaal als internationaal. Bezoekers van buitenaf zullen regelmatig in Elburg komen door de vele fiets- en wandelmogelijkheden in Elburg en omgeving. Ook de kwaliteit van (be)leven voor bewoners en bezoekers is van groot belang. Daarom is het belangrijk dat de waarden van de natuurgebieden in stand gehouden worden, zodat dit kan worden doorgegeven aan volgende generaties. De gemeente vervult hierin een cruciale rol.

### **Duurzame initiatieven**

De gemeente werkt samen met o.a. bewoners, andere gemeenten en de Veluwe Alliantie, aan een duurzame verhouding tussen recreatie en natuur, landschap en erfgoed. In 2030 is de Veluwe een voorbeeldregio waar het gaat om het verbeteren van de biodiversiteit en het verduurzamen van toerisme. De gemeente en de andere samenwerkingspartners op de Veluwe hebben in eerste instantie niet het doel om meer recreanten en toeristen naar de Veluwe trekken. Toch zal er een autonome groei optreden vanwege de aantrekkingskracht van de Veluwe en de regio. Om de negatieve effecten op natuur, leefbaarheid en klimaat te beperken, gaan we de bezoekersstromen duurzamer maken en beter reguleren. De kwetsbare natuur wordt hierdoor ontzien via een slim samenspel van de recreatieve voorzieningen.

### **Natura2000**

De natuur biedt kansen, maar er zijn ook bedreigingen waar we rekening mee moeten houden. Behalve bedreiging van het voortbestaan van soorten in het gebied, is de natuur

in zorgwekkende staat, wat directe consequenties heeft voor de leefbaarheid en de economische gezondheid van de Veluwe. Als gemeente willen we, samen met andere gemeenten, eraan bijdragen dat de natuur op de Veluwe en de omliggende gebieden (IJsselvallei, Randmeren, Gelderse Vallei) robuuster wordt. Voor de vier Natura2000 gebieden op en rond de Veluwe is al een Beheerplan gemaakt, dat nu wordt uitgevoerd. Recreatiezonering is één van de maatregelen. Versnelling van andere voorgenomen maatregelen voor natuurherstel is gewenst. Daarnaast is het cruciaal dat de verschillende bestaande natuurgebieden (waaronder de Natura2000 gebieden) worden verbonden met nieuwe natuur of met ecopassages tot een Gelders Natuurnetwerk. Zo krijgen soorten flora en fauna een groter leefgebied, meer kansen om zich aan te passen aan veranderende omstandigheden en wordt de biodiversiteit versterkt.

In 2030 ervaren zowel de bewoners als de recreanten op de Veluwe een landschap in topconditie. Door actief en betaalbaar landschapsbeheer, herbestemming van leegstaand erfgoed in het buitengebied, transformatie van vrijkomende agrarische bedrijven en een goede recreatieve infrastructuur is de ruimtelijke kwaliteit van de Veluwe en de belevingswaarde van het landschap op topniveau.

Verduurzaming zal een positief effect hebben op de biodiversiteit van de Veluwe. Wat hiervoor nodig is, zijn coalities en specifieke gebiedsgerichte opgaven, zoals het invoeren van ecologisch bermbeheer en het creëren van overgangen rond natuurgebieden waarin ook ruimte zal zijn voor een voedsel- en klimaatbos, recreatienatuur en houtproductie. Tot slot zijn aanpassingen aan het watersysteem van de Veluwe gewenst, niet alleen voor de natuur maar ook het erfgoed.

### **Doelstellingen natuur**

Vanuit de ambitie zijn de onderstaande doelstellingen bepaald. Deze doelstellingen worden verder uitgewerkt in het uitvoeringsprogramma. De doelstellingen zijn:



**Korte termijn**

- Samen met de andere partners op de Veluwe meedenken aan concretisering van beleidsplannen naar nieuwe projecten en/of activiteiten. Vervolgens op de middellange termijn kijken naar de actualisatie van de Veluwe Agenda;

- Productontwikkeling in het kader van belevingsgebied 'Geheimen van de natuur';
- Realiseren van een goede balans tussen recreatie en natuur in de zone langs het Veluwemeer en het Drontermeer (het bestemmingsplan met de recreatielandjes en natuurontwikkeling);
- Ontwikkeling en beheer van recreatieve routes, zodat natuur en landschap optimaal beleefd kunnen worden. In samenwerking met Routebureau en buurgemeenten (en eventueel vrijwilligers voor het beheer). Mountainbikeroute, ruiter- en mennetwerk, fietsknooppunten, klompenpaden en wandelroutenetwerk;
- In het proces Recreatiezonering op de Veluwe aandacht vragen voor de belangen van de inwoners en (recreatieve) ondernemers, in evenwicht met de versterking van de natuurwaarden. De komende jaren moet de gemeente betrokken blijven bij de vertaling van de zonering naar concrete maatregelen door de terreineigenaren.

2023

2024

2025

2026

### Middellange termijn (3-5 jaar)

- Vergroten van de toegankelijkheid van het landelijk gebied, onder andere door de realisatie van nieuwe boerenlandpaadjes. Hiermee wordt de druk op de kwetsbare natuurgebieden verminderd;
- Productontwikkeling om de belevingswaarde van de Randmeren te verhogen, in samenwerking met Gastvrije Randmeren;
- Vergroten van de aandacht voor, en stimuleren van natuurwaarden en duurzaamheid bij recreatieve bedrijven;
- Ontwikkelen Natuurmenukaart; vraag en aanbod komen samen; natuuractiviteiten worden beter zichtbaar gemaakt en er ontstaan verbindingen tussen aantrekkelijke locaties en voorzieningen;
- Op substantieel meer plekken invoeren van ecologisch bermbeheer en beheer van watergangen;
- Ontwikkeling van groene Boerderij(en).\*

2026

2027

2028

2029

2030

2031

## Lange termijn (6-10 jaar)

- De gemeente wil grondeigenaren blijvend stimuleren en waar nodig of mogelijk, ondersteunen in de doelen die gesteld zijn in de Veluwe agenda. De gemeente heeft zelf weinig grond in eigendom;
- De gemeente staat positief tegenover nieuwe ontwikkelingen zoals het creëren van vloeiende overgangen rond natuurgebieden waarin ook ruimte is voor voedselbos, klimaatbos, natuurlijke natte gebieden, recreatienatuur en houtproductie (bosbouw);
- Actief investeren in landschapsherstel ter realisatie van 'verdwenen elementen' en ecologische landschapontwikkelingen.

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

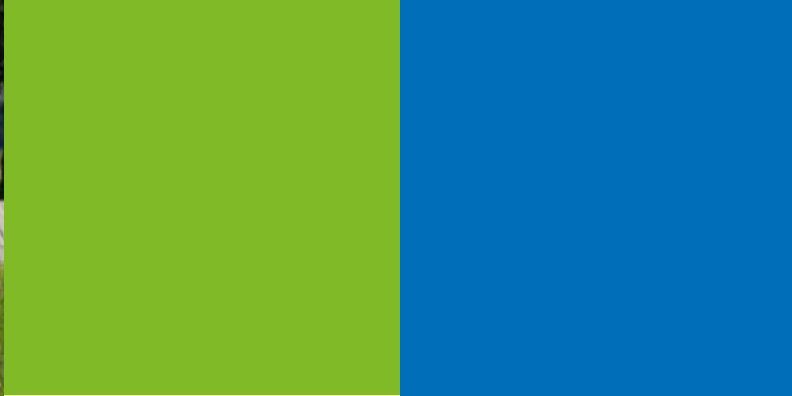
2030

2031

## Continu

- Beschermen en versterken stamkapitaal: robuuste natuurnetwerken, vitaal landschap en beleefbaar (cultuurhistorisch)erfgoed zowel op lokaal niveau als in samenwerking met andere partijen op de Veluwe;
- Streven naar excellente gastvrijheid onder andere door als gastheer/vrouw verbinding te maken tussen de behoeften van de bezoekers en het aanbod in de gemeente (en de omgeving). Voorwaarde daarvoor is een goede kennis van het eigen aanbod (onder andere met de cultuur- en natuurmenukaart, maar ook de training Gastheer van het landschap).





# De verdieping





# Doelgroepen en de benodigde benadering



## **Excellente gastvrijheid**

Om onze droom te realiseren en Elburg te positioneren als prachtig leefgebied voor bewoners, marktgebied voor ondernemers en topbestemming voor bezoekers, is het uitdragen van excellente gastvrijheid naar alle doelgroepen cruciaal. Excellente gastvrijheid betekent dat de verwachtingen minimaal moeten worden ingelost, maar bij voorkeur overtroffen.

De beste beleving in Elburg start al bij het binnenrijden van de gemeente; je krijgt een 'warm welkom' op de toegangswegen. Ook hebben bewoners en medewerkers in de toeristische sector, winkels, musea en bij het VVV een grote invloed op de beleving van Elburg. De ervaring leert dat persoonlijke contact en meedenken met bewoners, bezoekers en ondernemers nog steeds zeer gewaardeerd wordt. We verwachten dat deze behoefte de komende jaren blijft bestaan. Waar het de bezoeker betreft hebben de medewerkers aan de balie bij het VVV met hun informatie grote invloed op het ervaren van excellente gastvrijheid wanneer de gast Elburg bezoekt. Datzelfde geldt voor de verblijfsaccommodaties, horeca en toeristische informatiepunten (tips) tot de bezoekerscentra, musea en gemeentehuis. We willen daarom dat op elke logische plek de dienstverlening top is.

Maar we hopen ook op Elburgs gastheerschap van de inwoners van Elburg tot de medewerkers in de winkels; ook zij zijn ambassadeurs. We zien een coördinerende rol voor de VVV voor het bevorderen van het lokaal gastheerschap voor een 'warm welkom' in Elburg.

## **Doelgroepbenadering**

Om de juiste beleidskeuzes te kunnen maken, is het van belang een goed inzicht te hebben in onze doelgroepen en hun wensen en behoeftes. Tevens is het van belang te weten wat de lokale wensen en interesses van de bewoners, ondernemers en bezoekers (verblijfs- en dagrecreanten) zijn. Door hier inzage in te krijgen, kunnen we een, in recreatief opzicht, vitaal en interessant gebied aanbieden die aansluit op de wensen en interesses.

Voor recreatieondernemers is het bijvoorbeeld van belang een nauwkeurig beeld te hebben van de recreanten die geïnteresseerd zijn in de recreatieve voorzieningen

die zij bieden. Ook voor non-profit organisaties, zoals culturele en cultuurhistorische organisaties en natuur- en landschapsbeheerders is het belangrijk om te weten welke bewoners en recreanten er op bepaalde activiteiten of gebieden af komen. Dit inzicht is onmisbaar voor gerichte promotie en marketing en is net zo belangrijk bij het samenstellen van arrangementen.

De doelgroepen zijn voor de komende jaren verdeeld onder:

- Betrokken inwoners;
- Leerlingen van scholen;
- Bewoners van zorginstellingen, ouderen;
- Bezoekers (nationaal, internationaal);
- Actieve ambassadeurs;
- Natuurbewuste recreanten;
- Betrokken ondernemers/bedrijven/werknemers.

### **Betrokken inwoners**

Het aantal inwoners in de gemeente Elburg is met 2.355 personen toegenomen van 21.074 in 1995 tot 23.429 in 2021 (dat is 11%). Ook kent de gemeente, voornamelijk rondom de Veluwe, veel 'tijdelijke bewoners': mensen die hier een tweede huisje hebben voor de weekenden en vakanties. Deze bewoners zijn op allerlei manieren betrokken bij de natuur, cultuur, het erfgoed en de economische ontwikkeling – als inwoner, recreant, werknemer of vrijwilliger. De betrokkenheid van bewoners bij 'hun' Elburg is groot.

De inwoners als Veluwse ambassadeur in de vorm van vrijwilligers spelen een onmisbare rol in de gemeente. De gemeente wil meer aandacht besteden aan de inwoners als Veluwse ambassadeur. Zij hebben, naast de professionals uit de vrijetijdssector, een belangrijk aandeel in het tonen van gastvrijheid. De gemeente wil het vrijwilligerswerk ondersteunen via de organisaties die zich daar al op richten.

Veel bewoners zetten zich in hun vrije tijd in als vrijwilliger voor de ontvangst van bezoekers, het beleven van de prachtige omgeving en het beheer van natuur, erfgoed en landschap. Denk ook aan het organiseren van culturele en sportieve evenementen, het openstellen van monumentale gebouwen, als boswachter of als gids die bezoekers rondleidt door stad en dorp. Ze controleren recreatieve routes, monitoren aanwezige dier- en plantensoorten, raadplegen archieven voor historische informatie of verwijderen ongewenste begroeiing van de heide. Ook de Veluwenaren op straat of in de winkels worden door bezoekers geroemd om hun vriendelijkheid en behulpzaamheid. De van nature aanwezige gastvrije

instelling is een zeer waardevolle kwaliteit die we waarderen en koesteren. Het voorziet in een sterkte aantrekkingskracht richting onze bezoekers. Ook voorziet het in het vergroten van de betrokkenheid van onze bewoners. Zij willen nauwer betrokken zijn vanuit de diverse belangen die zij hebben. Deze belangen waren tot nu toe vaak achtergesteld in de doorontwikkeling van de gemeente, o.a. bij toerisme. Bewoners zijn en maken Elburg. Zij zijn belangrijke ambassadeurs van de plek waar zij leven. Het waarborgen onder bewoners van draagvlak voor cultuur, erfgoed, recreatie en toerisme en evenementen is daarom cruciaal.

Betrokken bewoners zorgt ervoor dat zij zich nog meer willen verdiepen in de bijzondere kenmerken van hun omgeving. Daardoor worden ze meer dan alleen gastheer of gastvrouw: ze worden excellent gastheer en gastvrouw. Excellente gastvrijheid zorgt ervoor dat ze hun verhalen geïnspireerd en enthousiast gaan rondvertellen, niet alleen aan bezoekers maar ook aan andere bewoners. Het leidt tot meer tevredenheid onder de toeristen en meer lokale trots.

Een belangrijk aandachtspunt gaat uit naar plekken van overtoerisme. Hier staat het draagvlak onder druk door de last die bewoners ervan ervaren. Deze bewoners willen en moeten erkend worden wat betreft de impact die (toekomstig) toerisme op hen en hun omgeving heeft. Met behulp van data kunnen we deze (positieve en negatieve) impact in kaart brengen. Voor gedragenheid is een open en transparante dialoog met bewoners essentieel.

### **Bezoekers**

Elburg kent een hoog aantal bezoekers per jaar. In totaal zijn er ongeveer 350.000 dagrecreanten die Elburg jaarlijks bezoeken. 65% komt uit Nederland. De overige 35% komt het buitenland, o.a. uit Duitsland en België.

In de nota Toerisme en Recreatie Gemeente Elburg 2010 wordt uitgegaan van het Gastvrij Nederland model, wat Recron samen met Smart Agent Company in 2008 heeft ontwikkeld. Dit model laat zien dat er vijf belevingswerelden/kleuren te onderscheiden zijn, waarin de Nederlandse verblijfs-gast zich begeeft. In 2010 is er een koppeling gemaakt tussen de belevingswerelden, het Continu Vakantie Onderzoek en het Continu Vrijtijds Onderzoek.



Hier is een profiel van dagrecreanten uitgekomen, waarbij aan de vijf belevingswerelden twee belevingswerelden/kleuren zijn toegevoegd, nl. Stijlvol en Luxe blauw en Creatief en Inspirerend Rood.

Voor de buitenlandse toerist gaan we, net als bij de nota 'Spots op Elburg 2017 – 2020', uit van het segmentatiemodel van NBTC. Het NBTC deelt de doelgroepen in op basis van een lifestyle-segmentatiemodel. Dit model deelt de consumenten niet alleen in op basis van socio-demografische gegevens, maar ook op basis van levensstijlen en reisbehoeften. Hierbij worden vijf personages onderscheiden.

In het hoofdstuk Toerisme wordt verder ingegaan op welke doelgroepen Elburg zich specifiek wil richten.

### **Natuurbewuste recreanten**

Elburg bruist van de prachtige natuur; bewoners van Elburg zijn hier trots op en grote liefhebbers hiervan. In veel delen van de natuur is grofweg 80% van de recreanten in de directe omgeving woonachtig. Dat kan nadelig zijn: bewoners komen makkelijk op plaatsen waar de natuur kwetsbaar is, en zijn zich daarbij niet altijd bewust van het effect dat hun recreatieve activiteiten op die natuur hebben. Op een aantal plaatsen op de Veluwe willen we komen tot recreatiezonering om de druk op kwetsbare natuur te verlichten. Om die zonering te laten slagen, is het van belang dat ook de bewoners goed worden geïnformeerd, begrip krijgen voor de maatregelen en hun recreatieve gedrag in de natuur aanpassen. In de Veluwe - Agenda2030 gaan we daarom meer dan voorheen samenwerken aan de bewustwording bij inwoners van de Veluwse waarden. Om recreatieve voorzieningen in stand te kunnen houden gaan we de lokale gebruikers vragen om mee te helpen. Vooral het relatief eenvoudige maar noodzakelijke onderhoud aan paden en routes kunnen vrijwilligers prima doen. We hebben goede voorbeelden van verenigingen die bereid zijn mee te helpen. Dit bouwen we uit in de komende jaren.



### **Betrokken werknemers**

Een aantal bewoners werkt nu al in de vrijetijdsector, en dat worden er, als het aan de ondernemers in de sector ligt, snel meer. Er is een groeiend tekort aan menskracht in de sector. De sector zal als werkgever gewilder worden als ze minder tijdelijke seizoenscontracten en meer vaste contracten kan afsluiten. De initiatieven om het hele jaar door aantrekkelijk aanbod te kunnen bieden, zullen daarbij helpen. Bedrijven willen



graag werknemers uit de directe omgeving. Zij hebben namelijk parate kennis van de mogelijkheden die de omgeving biedt. Zo kunnen zij bijdragen aan de gastvrijheid die Elburg wil uitstralen.

Elburg is een prachtig marktgebied voor bedrijven. Van invloed zijn de drie kernwaarden; cultuur, erfgoed en natuur. Ook in de VeluweAgenda2030 gaan we samenwerken om inwoners en vooral de jeugd kennis te laten maken met recreatieve werkgevers. Deze insteek kent twee relevante bijeffecten: bewoners gaan beter begrijpen wat de recreatiesector doet en voor de maatschappij betekent. Dat maakt het makkelijker te accepteren dat het soms druk is in hun woonomgeving. En als bewoners eenmaal het recreatiebedrijf hebben bezocht, komen ze wellicht vaker langs als recreant.

## Doelstellingen:

- Inwoners bij pilots op het vlak van biodiversiteit mee laten denken;
- Stimuleren van de ontwikkeling van dorps- en landschapsvisies door en met inwoners;
- Open dagen van de recreatieve sector voor bewoners onder wie potentiële werknemers;
- Drempels wegnemen bij het werken voor recreatiebedrijven in de eigen omgeving, bijvoorbeeld door een veilig uit en thuis te organiseren voor (jongere) werknemers na een late dienst.



# Toerisme

## Ambitie toerisme

Elburg gaat werken aan het versterken van kwaliteitstoerisme. In 2030 heeft iedere inwoner profijt van toerisme. In de aankomende jaren verwelkomt Elburg daarom meer gasten op een duurzame manier; zowel dag- als verblijfstoeristen. De Hanzesteden worden ontwikkeld tot de duurzame, jaarrond cultuur erfgoed hotspot waar men met recht trots op kan zijn. Om bezoekers aan te trekken, is het noodzakelijk om de komende jaren te blijven investeren in de vrijetijdseconomie. En terwijl we werken aan het versterken van kwaliteitstoerisme en een optimale beleving van Elburg en omgeving, moeten we ook zorgen voor vernieuwing van het aanbod dat we bezoekers bieden.

### De huidige binnenlandse bezoeker

Elburg wil de komende jaren meer bezoekers met een hoger opleidingsniveau en meer mensen in het 'upper class' lifestyle-segment aantrekken. Van de huidige bezoekers is 58% hoger opgeleid en 23% lager opgeleid. 17% is middelbaar onderwezen. Uit het lifestyle-segmentatiemodel blijkt dat 34% van de bezoekers 'traditionals' zijn, 31% postmoderns, 21% achievers en 11% upper class.

De populairste activiteiten van de huidige binnenlandse bezoeker zijn tijdens een meerdaagsbezoek: stadswandeling maken, natuurgebied of bos bezoeken, fietsen, restaurant/eetcafé/brasserie bezoeken, bar of cafe bezoeken, winkelen, wandelen, een gastronomisch restaurant bezoeken, een museum bezoeken en op de laatste plaats een bezienswaardige/historische plaats bezoeken.

Trends en ontwikkelingen bij huidige bezoekers:

- Aandacht voor duurzaamheid neemt toe;
- Social traveling, logeren bij locals, etc;
- Aandacht voor kunst en cultuur neemt toe;
- Bezoeker wil relatie leggen met lokale bevolking.

### Belevingswerelden/kleuren Nederlandse bezoeker

Verwacht wordt dat de wereld van het toerisme de aankomende tien jaar transformeert. Vooral na de coronacrisis zullen mensen sneller kiezen om in eigen land te blijven. Er zullen meer Nederlandse bezoekers komen die 'toure door eigen land'.





Daarnaast wil de bezoeker duurzamere keuzes maken, wat men gaat terugzien in vervoer- en verblijfkeuze. Bezoekers hebben meer behoefte om relatie te leggen met lokale bevolking.

Voor de bepaling van de doelgroepen, is gekeken naar de types zoals beschreven in het Gastvrij Nederland model van RECRON. De bezoekers worden onderverdeeld in zeven werelden. Ook is er een koppeling gemaakt tussen de belevingswerelden, het Continu Vakantie Onderzoek en het Continu Vrijetijds Onderzoek.

De belevingswerelden/kleuren zien er als volgt uit:

#### *Uitbundig geel*

Uitbundig geel is de spontane, gezellige en sociale groep. Het is de groep echte vakantiegangers. Een vakantie hoeft niet zo extreem te zijn, als het maar actief, sportief, gezellig en verrassend is. Contact met anderen – familie, vrienden, kennissen – is gewenst en leuk. Uitbundig geel is een grote groep in Nederland en beschikt over iets meer budget dan gemiddeld.

#### *Gezellig lime*

Deze groep houdt, net als geel, ook van gezelligheid en sportiviteit, maar het mag iets minder actief en het hoeft ook niet zo lang. Het gezin is belangrijk. Vakantie is voor de 'lime'gasten lekker vrij, rust en ontspanning, even weg van de dagelijkse verplichtingen en gezellig iets leuks doen met het gezin. Denk hierbij aan fietsen, barbecueën of een spelletje doen. De gezellige 'lime'groep let op de kosten vanuit de gedachte: je kunt je geld maar één keer uitgeven.

#### *Ingetogen aqua*

Vakantiegangers uit dit segment kunnen getypeerd worden als rustig en ruimdenkend. In deze belevingswereld vinden we veel mensen van wie de kinderen al het huis uit zijn, die weer tijd hebben voor eigen hobby's en interesses. Inspirerende, maar rustige vakanties horen daarbij. In Nederland gaat men graag een paar keer per jaar op pad, op een rustig moment naar een (kleinere) accommodatie, camping of bungalowpark met veel privacy. Cultuur en sportieve mogelijkheden, zoals wandelen en fietsen, worden gewaardeerd.

#### *Rustig groen*

Vakantie is voor de rustige, groene belevingswereld vooral een kwestie van lekker doen waar men zin in heeft, rust nemen in eigen omgeving, even niets aan het hoofd hebben. De



consument uit de groene wereld heeft niet zulke bijzondere wensen. Het gewone en herkenbare is juist fijn en vertrouwd. Dan komt men tot rust. In eigen land is genoeg te zien en te ontdekken, zonder ver te hoeven reizen. Men kent de winkels die men tegenkomt en kan gewoon de eigen taal spreken.

#### *Ondernemend paars*

Ondernemend paars is de wereld van mensen die graag iets nieuws willen beleven of ontdekken in hun vakantie. Gewoon is niet goed genoeg voor deze groep. The sky is the limit. Ze gaan op zoek naar een bijzondere ervaring. Dat mag een tikje wild zijn – een boomhut of een survivaltent – maar het bijzondere kan hem ook zitten in het beleven van luxe en exclusiviteit. Avontuurlijk paars is meer met zichzelf bezig, dan met anderen. Ze worden eerder getrokken door iets individueels dan met groepsgebeuren.

#### *Stijlvol en luxe blauw*

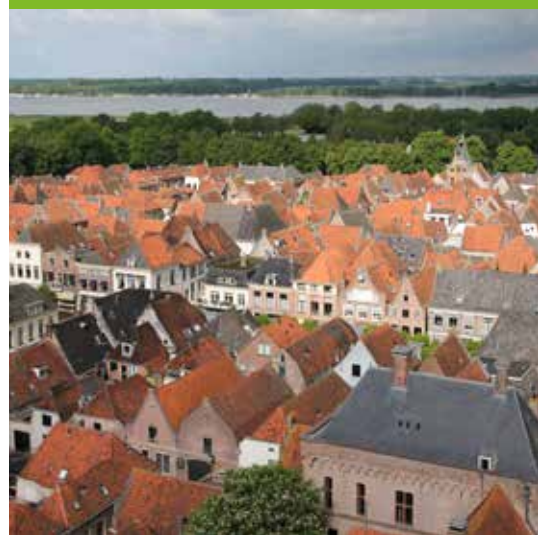
Recreanten uit de blauwe belevingswereld zijn zelfverzekerd en vinden dat ze in hun vrije tijd wel wat luxe en stijlvol ontspannen verdienen. Zij zijn zakelijk en intelligent. Ze houden van stijl en klasse, zijn meer gericht op de exclusievere vormen van recreatie. Recreëren betekent voor hen zich even ontspannen en afstand nemen van de dynamiek van alle dag. Zij doen dit door actief te sporten, maar ook aandacht te besteden aan het 'social network'. Meer exclusieve vrijetijdsbestedingen als wellness en ook bijeenkomsten met VIP-arrangementen zijn populair bij deze belevingswereld.

#### *Creatief en inspirerend rood*

Mensen uit de rode belevingswereld zijn in het algemeen erg creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Ze gaan graag buiten de gebaande paden. Karakterkenmerken als onafhankelijkheid, intelligent, zelfbewust, artistiek en ruimdenkend passen goed bij deze recreanten. Het onbekende is juist spannend en prikkelend. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

#### **Gewenste binnenlandse bezoeker**

De gewenste toerist voor Elburg is de rustige, vaak oudere toerist, die op zoek is naar wat de gemeente te bieden heeft: kwaliteit in de omgeving, cultuurhistorie, rust en ruimte en de lokale bevolking past bij wat Elburg te bieden heeft. De types 'Rustig groen' en 'ingetogen



aqua' passen goed bij Elburg. Ook de belevingswereld 'uitbundig geel' past bij wat de gemeente wil.

Om de gewenste bezoeker aan te trekken, kiezen we voor drie speerpunten:

#### *Duurzaamheid*

Ondernemers merken dat steeds meer gasten een duurzame vakantie willen beleven. Dit past bovendien perfect bij enkele kernen, en in het bijzonder de Veluwe als groen merk. Vandaar dat we ons gericht blijven inzetten op het ontwikkelen en versterken van Duurzaam toerisme.

#### *Nieuwe toeristische producten, gericht op beleving*

We kunnen de diversiteit van de gebieden op en rond Elburg toeristisch beter benutten. Alle kernen hebben immers eigen karakteristieken. We gaan gebruikmaken van het specifieke karakter van de gebieden om te komen tot aansprekende toeristische producten die de bezoekers boeien. De Veluwe-Alliantie heeft een sterke basis voor lokale samenwerking binnen deelgebieden van de Veluwe om te komen tot gerichte productontwikkeling en toeristische innovatie.

#### *Jaarrond toeristisch aanbod*

Het toerisme en de behoefte aan recreatie zullen naar verwachting autonoom toenemen. Via recreatiezonering en bezoekersmanagement willen we zorgen dat er een goede balans blijft bestaan met de biodiversiteit (Veluwe) en de inwoners. Hieraan kan bijdragen dat de Veluwe juist buiten de drukke lente en zomer aantrekkelijker wordt. Bijvoorbeeld via nieuwe aansprekende activiteiten in de (late) herfst en winter, seizoensgerichte marketing en speciale arrangementen. We willen kortom werken aan een krachtige basis en het productaanbod vernieuwen.

*(Bron: Veluwe-agenda 2030, Gelderland in cijfers, Rekenkameronderzoek toeristisch beleid)*

*(Bron: Toerisme in perspectief, NBTC Holland Marketing)*

#### **De huidige en gewenste buitenlandse bezoeker**

Het huidige profiel van de buitenlandse toerist in Gelderland is momenteel alleenreizend (39%), twee volwassenen zonder kinderen (21%), gezinnen met jonge kinderen tussen 0 en 12 jaar (17%), meerdere volwassenen zonder kinderen (12%), collega's (6%) en gezinnen met oudere kinderen tussen 13 en 18 jaar (4%).

De leeftijd van de bezoeker is voornamelijk 35-44 jaar (37%), 45-54 jaar (25%) en 55-64 jaar (14%). De reden van hun verblijf is vakantie in een landelijk gebied (42%), sportieve vakantie (29%), touren door eigen land (19%), stedenvakantie (5%), cultuurvakantie (3%) en vakantie binnenwateren (3%).

De typische bezoeker van Elburg kiest het liefst een hotel/pension als accommodatievorm (58%). Daarna volgt een bungalowpark (16%), bed & breakfast (13%), camping (12%) of groepsaccommodatie (1%).

Grootste positieve invloed op vakantie-ervaring:

- Nieuwe cultuur leren kennen (46%)
- Weer op de bestemming (40%)
- Kwaliteit accommodatie (37%)
- Activiteiten en excursies (36%)
- Veiligheid op de bestemming (32%)
- Gastvrijheid lokale bevolking (31%)
- Puurheid/natuur (28%)
- Ontmoetingen lokale bevolking (28%)
- Proeven lokale gerechten en dranken (28%)
- Authenticiteit cultuur (23%)



## Persona's

### *Mary (traditional)*

Mary is als zogenaamde Traditional erg gericht op familie en tradities. Zij is gemiddeld 54 jaar oud en heeft relatief vaak volwassen kinderen die al het huis uit zijn. Zij heeft een middelbare opleiding genoten en een modaal inkomen. Mary vindt veiligheid belangrijk en vertoont risicomijdend gedrag. Voor haar vakantiegedrag betekent het dat zij vooraf veel informatie zoekt over haar bestemming. Ze onderneemt graag activiteiten in de natuur, zoals fietsen en wandelen.

### *Paul (upper class)*

Paul is de persona van de Upper Class doelgroep. Een wat meer conservatief persoon, bij wie zaken als kwaliteit en etiquette hoog in het vaandel staan. Paul is gemiddeld 49 jaar oud en heeft bovengemiddeld vaak een gezin met oudere kinderen die al het huis uit zijn. Hij is hoger opgeleid en heeft een bovenmodaal inkomen. Paul geniet status door zijn werk en vindt hiërarchie belangrijk. Naast zijn zakenreizen onderneemt hij ook meerdere (korte) vakanties in het jaar. Een korte vakantie is in veel gevallen een stedentrip waarbij hij in wat luxere accommodaties verblijft. Hij gaat graag uit eten in goede restaurants en is geïnteresseerd in kunst en cultuur.

### *Peter (mainstream)*

Peter is de persona van de Mainstream doelgroep en kan getypeerd worden als een echte familieman. Hij is gemiddeld 41 jaar oud en heeft vaak een gezin met jonge kinderen. Peter heeft een lage tot middelbare opleiding genoten en een modaal inkomen. Hij houdt ervan om vermaakt te worden, ook op vakantie. Een all-in vakantie op een resort of bungalowpark met animatie is waar hij van houdt. Op vakantie gaan betekent tijd doorbrengen met het gezin. Een bestemming mag niet te duur zijn en moet voor iedereen wat wils bieden.

### *Nora (postmodern)*

Nora is als Postmodern een individualist van gemiddeld 43 jaar oud en ze is relatief vaak single. Ze is wat hoger opgeleid en heeft een (boven)modaal inkomen. Nora heeft een brede interesse, onder andere ten aanzien van verschillende culturen. Ze is tolerant en open en vindt vrijheid een groot goed. Nora is altijd op zoek naar beleving en hecht veel waarde aan immateriële zaken. Ze onderneemt veel stedenreizen en is geïnteresseerd in cultuur. Tijdens een stedentrip wil ze zich voelen als een inwoner van die stad in plaats van een bezoeker.

### *Michael (achiever)*

Michael is een echte Achiever, gericht op status en carrière. Hij is materialistisch ingesteld, wil consumeren en zoekt graag spanning op. Michael is gemiddeld 39 jaar, heeft een (boven)modaal inkomen en relatief vaak een jong gezin. De wat jongere Michael studeert nog of is net aan zijn eerste baan begonnen. In zijn vrije tijd is hij erg actief op internet en sociale media, via verschillende devices. Daarnaast doet hij aan sport en gaat hij graag uit (met vrienden). Nederland is voor hem een ideale bestemming voor een stedentrip.

### **Gewenste buitenlandse toerist**

Als we kijken naar de buitenlandse toerist, dan past het type 'Mary' het beste bij Elburg. Zij is ook de wat oudere toerist, die op zoek is naar wat Elburg en omgeving te bieden hebben. Ook het type Peter past bij wat de gemeente Elburg te bieden heeft. Hij is een echte familieman, wil samen met zijn gezin vermaakt worden op vakantie. De bestemming mag niet te duur zijn en moet zeker voor iedereen wat bieden. De gemeente wil zich ook richten op andere personages, zo zoals het type Paul en Nora. Door het aanbod van cultuur meer uit te nutten, zullen zij geneigd zijn om deze kant op te komen.

*(Bron: Onderzoek Gastvrij Nederland Model)*

## Doelstellingen toerisme

In de aankomende jaren wil Elburg de volgende doelstellingen bereiken:

- 40% groei bestedingen (dag- en verblijfsbezoekers) van bezoekers in Hanzesteden(regio) in 2025 t.o.v. 2019.
- 15% toename aantal banen (arbeidsplaatsen) in sector Recreatie & Toerisme in de Hanzegemeenten in 2025 t.o.v. 2019.
- Vergroten van leefbaarheid en versterken van trots bij de bewoners van de Nederlandse Hanzesteden.

Om dit te realiseren is het van belang om te inspireren en te informeren over de mogelijkheden die Elburg biedt. Op social media, op landingspagina's; al tijdens het internetbezoek moet Elburg eruit springen met een bijzondere gastvrijheid. In elke fase van de 'customer journey', op elk contactmoment, staat de eerdergenoemde excellente gastvrijheid centraal.





# De impact van (Hanze) marketing op het realiseren van de droom

## Hanzemarketing

Hanzemarketing kan het thema 'Hanze' nog zichtbaarder en aantrekkelijker maken. Als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor bedrijven en als topbestemming voor bezoekers, van binnen en buiten de grenzen. Via Hanzemarketing dragen we onze trots uit, ons Hanze-DNA en ons sterke samenwerkingsverbond. Want: al meer dan 800 jaar weten we elkaar goed te vinden - verbonden door water, ondernemerschap en ambities. En nog altijd is die samenwerking sterk. De Hanzesteden zijn immers een onderscheidend product in Oost-Nederland. Sterker nog: onze steden vallen als 'parels van het Oosten' op binnen het toeristische aanbod in ons land en ver daarbuiten.

Ook de Veluwe, is nationaal een zeer sterk merk. De Veluwe staat structureel in de top-3 van sterkste regiomerken. Het is een krachtig merk, omdat veel Nederlanders er dezelfde associaties bij hebben, namelijk: een natuurgebied. Pas op de tweede plaats komen daar andere aspecten bij zoals: het cultureel erfgoed, de bekende attracties, de interessante steden, de boeiende randen van de Veluwe met de riviergebieden en de stranden. Bezoek uit buitenland wordt gezien als een groeimarkt en dan met name uit België (Vlaanderen), Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

De Veluwe heeft nog een slag te slaan op het digitale front. Momenteel bestaan er meerdere systemen met toeristische informatie die niet gekoppeld zijn. Daardoor kennen baliemedewerkers niet alle aanbod van de Veluwe. Dit willen we snel veranderen. We werken eraan dat alle beschikbare digitale informatie over het recreatieve aanbod open beschikbaar is en niet alleen geraadpleegd kan worden door baliemedewerkers, maar ook door bewoners van de Veluwe en door onze bezoekers. Ontwikkelaars van innovatieve toepassingen zijn van harte welkom om hier hun steentje aan bij te dragen. Elburg heeft belangrijke troeven in handen, als Hanzestad liggend op de Veluwe. Deze twee belangrijke merken kan Elburg goed gebruiken in de branding en profilering.

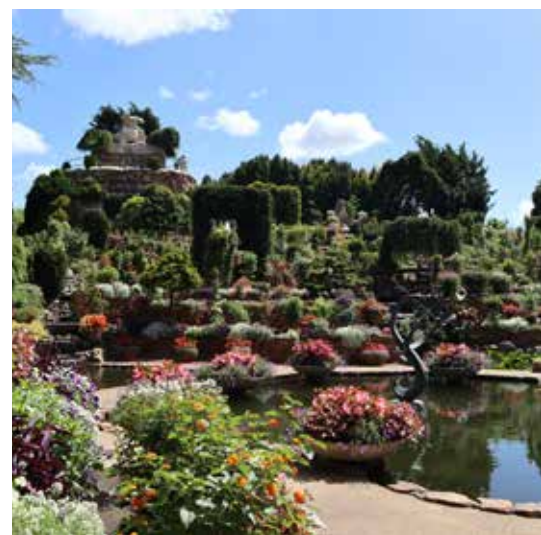
### **Nationale doelen Hanzemarketing**

Een duidelijk integraal perspectief is noodzakelijk om de mooie resultaten voort te zetten, de verwachte verdere groei van 50% in internationaal toerisme in banen te leiden én om de knelpunten die gepaard gaan met die groei te beheersen. Met Perspectief Bestemming Nederland 2030 geeft NBTC Holland Marketing invulling aan nationale doelen, zoals het

versterken van de Nederlandse identiteit en het vergroten van de leefbaarheid (welzijn en welvaart) voor alle Nederlanders. Met Perspectief Hanzesteden 2020- 2025 geven de negen Hanzesteden invulling aan de gezamenlijke ambities op regionaal niveau. De ambities zijn even helder als concreet: iedere Hanzestedeling ervaart in 2030 profijt van toerisme. De Hanzesteden worden ontwikkeld tot de duurzame, jaarrond cultuurerfgoed hotspot waar men met recht trots op zijn.

### **Destinatiemanagement: vliegwiel voor beweging**

Om deze gedeelde ambities mogelijk te maken, wordt maximaal ingezet op destiniatiemanagement. Daarbij draait het om branding, positionering en profilering: de stad als sterk merk. De hiervoor noodzakelijke acties, investeringen en financiering komen samen in onze agenda voor de komende jaren. Daarom moeten we blijven investeren in samenwerkingen met meerdere organisaties (Hanzemarketing, Veluwe Remembers) en op meerdere niveaus. Het samenwerken op meerdere niveaus betekent: samenwerken met bestuurders, ondernemers en bewoners binnen de stad, samenwerken tussen de steden en regio's, waaronder Regio Zwolle, en samenwerken op nationaal en internationaal niveau. Alleen dan blijft de regionale economie draaien, levert de vrijetijdseconomie een essentiële bijdrage aan de vitale leefomgeving én groeit de trots in stad en regio. Dát vliegwiel is de kern van het perspectief tot 2030.



## Veluwe-marketing

De marketing van Veluwe voor bezoekers van buiten de regio gebeurt door VisitVeluwe, onderdeel van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen. Zij inspireert mensen die op vakantie of een dagje uit willen buiten hun regio om voor de Veluwe te kiezen. Zij doet dit in opdracht van de Veluwse gemeenten en ondernemers. De gemeenten en provincie hebben gezorgd voor een financiële basis voor meerdere jaren. Daardoor kan deze organisatie zich focussen op de langere termijnontwikkeling van de Veluwemarketing. Die bestaat uit twee delen: Ten eerste gaat de marketing zich nadrukkelijker richten op doelgroepen die meer kunnen besteden. We streven namelijk niet naar meer toeristen. Maar met hogere bestedingen per bezoeker kan de vrijetijdseconomie zich verder ontwikkelen als belangrijke drager van de regionale economie en werkgelegenheid.

Ten tweede zal naast deze betekenis voor de vrijetijdseconomie de Veluwemarketing ook ondersteunend worden aan het behoud van de natuur. Via destiniatiemarketing



gaat VisitVeluwe helpen om bezoekers te 'verleiden' in hun beslissing waar en wanneer ze op de Veluwe willen zijn. Als voorbeeld kan VisitVeluwe de nadruk leggen op andere prachtige heidegebieden dan de Posbank, of op activiteiten in de late herfst. Ook adviseert VisitVeluwe bij productontwikkeling zoals voor jaarrond aanbod en de belevingsgebieden. Via deze destinationmarketing ondersteunt VisitVeluwe het bezoekersmanagement van de Veluwe. VisitVeluwe laat zich begeleiden door een Raad van Advies. Daarin zijn de relevante partijen vertegenwoordigd: recreatieondernemers, gemeenten, grondeigenaren en de samenwerkende VVV's/tips.



Op dit moment is er echter een grote verscheidenheid aan dergelijke organisaties. Sommige beperken zich tot baliediensten, brochures en een internetsite met het lokale aanbod. Andere organiseren ook structureel evenementen of ontwikkelen toeristische producten. Sommige maken deel uit van een organisatie voor City Management, maar de meeste zijn genoodzaakt zich te beperken tot het verstrekken van informatie aan toeristen; sommige werken met een team van betaalde professionals, de meeste echter met een groep van tientallen vrijwilligers onder leiding van een betaalde kracht; de ene organisatie wordt deels gefinancierd door de gemeente, de andere volledig. De verscheidenheid is groot, maar alle organisaties willen de bezoeker zo goed mogelijk helpen binnen de bestaande mogelijkheden. Ook zijn ze bereid elkaar met kennis en ervaring te helpen om zich ook organisatorisch te ontwikkelen. De ambitie is om een stap verder te komen, zodat de VVV's en toeristische informatiepunten gaan werken als dienstverleners voor andere organisaties op het gebied van lokaal gastheerschap.

*(Bron: Gelderland.nl 2020, Hanzestedenmarketing 2020-2025)*

# Aandachtspunten

Elburg heeft ambities en dromen. Vanuit de brainstormsessie met de kick-offgroep en de resultaten van de online enquête is een aantal aanbevelingen, wensen en aandachtspunten naar voren gekomen. De wensen en aanbevelingen sluiten aan bij de ambities en dromen van Elburg. En, zoals reeds eerder benoemd, Elburg is ook realistisch. Om dromen en ambities werkelijk te laten worden, zijn er ook opgaves waarin geïnvesteerd moet worden, willen we Elburg positioneren als een prachtige plek als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor ondernemers en als topbestemming voor bezoekers.



Een eerste belangrijk aandachtspunt is uitbreiding van de overnachtingscapaciteit. Naar verwachting is er binnen Elburg meer behoefte aan overnachtingsmogelijkheden, denk bijvoorbeeld aan nog een hotel. Momenteel is er een hotel in Elburg. Uiteraard zijn er wel andere mogelijkheden om te overnachten in Elburg, denk aan B&B en campings. Vanuit de kickoff groep is de aanbeveling gedaan voor een haalbaarheidsonderzoek naar een hotel in Elburg. De wens is dat de gemeente, samen met potentiële partijen, onderzoekt wat de behoefte en haalbaarheid is van nog een hotel in Elburg.

Een ander aandachtspunt is de verblijfsduur van toeristen in het weekend. Door de gesloten winkelkern op zondag is de kans aanwezig dat bezoekers minder lang in Elburg verblijven. Daarom is het belangrijk om te kijken naar een programma, waardoor bezoekers Elburg minder snel verlaten. Een programma dat activiteiten in de omgeving aanbiedt, waardoor toeristen het interessant vinden om te blijven. Te denken valt aan arrangementen die via Hanze-marketing gepromoot kunnen worden en het inzetten van activiteiten en bezienswaardigheden in de regio.



Een ander aandachtspunt is het investeren in toeristische plekken. Elburg mag meer hierin gaan investeren. Een duidelijk integraal perspectief is noodzakelijk om de verwachte groei van 50% in internationaal toerisme in goede banen te leiden. In plaats van bestemmingspromotie is het nu tijd voor bestemmingsmanagement. Iedere bewoner profiteert uiteindelijk van toerisme: bewoners, bezoekers en ondernemers in de brede Hanzeregio.

Bij de Hanzemarketing lag tot 2016 de focus vooral op de nationale markt. Vanaf 2017 is de vermarkting uitgebreid met de internationale focus via de Hanzestedenlijn, die inspeelt op het sterk toenemende inkomend toerisme. Sindsdien worden de Belgische en Duitse markt intensief bewerkt met activiteiten op het gebied van pers en PR, consumentencampagne (offline, online en social media) en trade-activiteiten. Voor de periode 2021-2030 worden de Hanzesteden nationaal én internationaal als geheel gepositioneerd, maar ook als individuele steden op basis van hun eigen DNA en profiel. Nationaal wordt het thema Hanze steeds meer neergezet als één van de iconen van de provincies Gelderland en Overijssel. Voor Elburg is het van belang om die eigen identiteit en dat profiel goed en helder voor ogen te hebben. Op die manier kan het helder gecommuniceerd worden via de Hanzemarketing.



Om daad bij woord te voegen gaat de gemeente nog meer inzetten op omzet-verhogende activiteiten. Daarnaast zullen verblijfsrecreaties zoals B&B's, campings, hotel beter op de kaart worden gezet en waar mogelijk, wordt ingezet op meer B&B's en kamperen bij de boer. Investeren in kwaliteit en gastvrijheid, maar ook het beter bekend maken van het gezamenlijk cultureel, recreatief en toeristisch aanbod zal bepalend zijn voor prettig wonen en verblijven in Elburg.

## Uitvoeringsprogramma

Wordt opgesteld na vaststelling van het beleidsplan.

# Bijlagen

## Bijlage 1: Landelijke ontwikkelingen en trends

De UNWTO, de organisatie die zich bezighoudt met toerisme, verwacht dat er in 2030 1,8 miljard (inter)nationale reizigers in Nederland zijn. Het zijn bezoekers en toeristen op zoek naar memorabele ervaringen en belevenissen. Toeristen kijken met een frisse blik; wat voor ons heel gewoon is, kan voor hen heel bijzonder zijn. Daar gaat een enorme kracht vanuit; een kracht die we willen koesteren en benutten voor Elburg.

In Nederland is toerisme een van de snelst groeiende sectoren en daarmee een economische factor van groot belang. Het aantal binnenlandse en inkomende bezoekers in Nederland zal nieuwe records gaan bereiken. Voorzichtige schattingen voorspellen dat het aantal inkomende bezoekers 29 tot maar liefst 42 miljoen internationale gasten in 2030 zal zijn (NBTC, 2018).

Regiogemeenten zoals Harderwijk, Lelystad en Zwolle kunnen niet zonder toerisme. Ook in Elburg is toerisme en recreatie belangrijk. Recreatie en toerisme stimuleert ons om, in contact met bezoekers, verhalen te vertellen over waar we vandaan komen en wie we zijn. We dragen dan actief onze waarden uit en laten zien waar we in geloven. Het contact versterkt zo ons trots, imago en onze identiteit. Dit is goed voor onze economie, het vestigingsklimaat en handelsbetrekkingen. Om deze redenen is het nog belangrijker om Elburg meer op de kaart te zetten door onder andere in te zetten op cultuur, erfgoed, natuur, pleziervaart, wandelen, fietsroutes en activiteiten en evenementen. Hierbij willen we graag de nadruk leggen op de authentieke geschiedenis van de gemeente.

### **Demografische ontwikkelingen**

Afgaande van de huidige demografische prognoses zal de Nederlandse bevolking in de komende decennia nog maar mondjesmaat toenemen. Tot 2040 zal de bevolking blijven toenemen. Het aandeel ouderen stijgt de komende tijd flink en bereikt zijn hoogtepunt over ongeveer rond 2038. Dan is 24% van de bevolking 65 jaar of ouder. Senioren zijn daardoor een steeds omvangrijkere doelgroep voor recreatie, met relatief veel tijd en geld. Actieve senioren gaan erop uit, willen dingen zien en ervaren.

## Trends

Bezoekers, toeristen, recreanten willen zelfstandig kunnen kiezen uit verschillende mogelijkheden. Niet iedereen wil hetzelfde en niet alle ontwikkelingen gaan in dezelfde richting. Op het ene moment willen zij meer doen in een korte tijd, op een ander moment is er behoefte aan onthaasting. Door digitalisering wil de moderne recreant steeds vaker zelf zijn reis samenstellen. Nieuwe technologieën bieden volop mogelijkheden om in te spelen op de beleveniseconomie.

De digitale recreatieve infrastructuur maakt het al mogelijk dat recreanten een uitstapje op maat zelf kunnen samenstellen. Boeking van accommodaties en reizen zijn bij uitstek zaken die de consument de laatste jaren steeds meer via internet doet (meer dan de helft van de bezoekers boekt zijn reis via internet) en dat zal alleen maar toenemen. Online beoordelingen van de consument, zoals bij Zoover, Booking en Tripadvisor, maar ook via social media (o.a. Instagram en Facebook) zijn bepalend voor het succes van een product of het maken van een keuze. 80% van de consumenten laat zich beïnvloeden door beoordelingen van anderen.

De keerzijde van de digitalisering is het overaanbod aan informatie dat de consument krijgt voorgeschoteld. Daarom is het van belang dat de gemeente via verschillende kanalen (telefonisch, chat, mail) in contact blijft met de recreant.

## Ontwikkeling vervoer en verblijf

Het overgrote deel van de bezoekers boekt voor vertrek vervoer en verblijf. De periode tussen boeken en vertrek is relatief kort: bijna de helft boekt het verblijf korter dan een maand voor vertrek. Twee derde van alle verblijven wordt inmiddels via internet geboekt. Een stedentrip en een vakantie aan de kust zijn de meest populaire vakantietypen. De verblijfsduur is veelal relatief kort (52% komt voor een verblijf van één tot drie nachten). Wat verandert (mede door corona), is de spreiding van de tijden: dagjesmensen en verblijfstoeristen komen niet meer alleen in het weekend, maar ook doordeweeks. De meeste vakantiegeangers komen uit Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk.

Zo'n 85 procent van de internationale bezoekers beoordeelt het bezoek aan Nederland als 'uitstekend' of 'zeer goed'. Nog eens twaalf procent kwalificeert het verblijf als 'goed'. Ten opzichte van eerdere onderzoeken betekent dit een nog betere waardering van het bezoek. Amerikanen en Britten zijn het meest positief over hun bezoek. Als aan internationale bezoekers wordt gevraagd naar verbeterpunten voor Nederland dan worden de informatievoorziening, het prijsniveau en de gebruiksvriendelijkheid van het openbaar vervoer het meest genoemd.





### **Maatschappelijk bewustzijn**

Het maatschappelijk bewustzijn van toerisme verandert. Duurzaamheid gaat een steeds grotere rol spelen. De vraag naar kwaliteit zal toenemen. Aan de ene kant is er de behoefte aan comfort en luxe, vooral onder de oudere doelgroep. Aan de andere kant krijgt men meer behoefte aan eenvoud, onthaasten, minimalisme en rust.

De komende tien jaar vraagt daarom om een andere kijk en aanpak waarbij kwaliteit en duurzaamheidsdoelstellingen voorop staan. Met name in steden en op iconische locaties zal door overbelasting een druk op de leefbaarheid kunnen ontstaan. Om bezoekersstromen te kunnen beheersen en de kansen die toerisme met zich meebrengt te verzilveren moeten we nu in actie komen. In plaats van bestemmingspromotie is het tijd voor bestemmingsmanagement.

### **Authenticiteit**

Er is een toenemende belangstelling voor authenticiteit en oprechtheid. Recreanten willen in contact komen met lokale mensen, lokale producten proeven/kopen en lokale historische cultuur bewonderen. De belevenis van de recreant staat hierbij centraal. Er wordt (mede door corona) meer dan ooit gewandeld, waardoor belevingsroutes populair zijn. Kwaliteit, variatie, recreatie op maat en vernieuwing zullen steeds belangrijker worden. Een doelgroepenbenadering is hierbij van groot belang.

We willen de bestemming Elburg nog meer ontwikkelen als belevenisvolle, geliefde, waardevolle en leefbare bestemming. Daartoe willen we toerisme zien als een middel om bij te dragen aan het oplossen van grotere maatschappelijke vraagstukken die invloed hebben op onze welvaart en ons welzijn. Zodat in 2030 elke Nederlander profijt heeft van toerisme.

### **Innovatie**

De doelgroepen waar Elburg zich op gaat richten, stellen steeds hogere eisen aan kwaliteit van leven en maken daarbij steeds meer gebruik van nieuwe technische ontwikkelingen. Het is van belang dat ondernemers inspringen op deze vragen en hun aanbod daarop aanpassen. Samenwerken en verbindingen met andere ondernemers en sectoren zijn daarbij essentieel. De verbinding met kunst, cultuur, sport, zorg en natuur bieden volop kansen. Gezamenlijk maken we van Elburg een plek waarin we met liefde wonen, werken en recreëren, waar gasten zich welkom voelen en graag op bezoek komen en waar ondernemers kunnen floreren. Een gemeente waar iedereen profijt van heeft. Samenwerken aan de realisatie hiervan is geen lineair proces en ook geen quick win. Het vraagt extra inspanningen en samenwerking over geografische, sectorale en departementale grenzen heen, waar belangen soms kunnen botsen.

**De belangrijkste thema's zijn:**

- Versterken van de identiteit van Elburg;
- Vergroten van de leefbaarheid;
- Realiseren van onze duurzaamheidsdoelstellingen;
- Creëren van werkgelegenheid.

In alle thema's komen belangen van verschillende stakeholders samen: bezoekers, bewoners en bedrijven. Om Elburg als bestemming toekomstbestendig te ontwikkelen, moet ingezet worden op activiteiten die een bijdrage leveren aan het gedeelde belang van deze groepen. De belangen van bewoners zijn tot nu toe vaak achtergesteld geweest in de ontwikkeling van toerisme en verdienen daarom een inhaalslag.

*(Bron: Inkomendtoerisme NBTC 2021, Elburg omgevingsvisie 2021)*



## Bijlage 2: Lokale ontwikkelingen en trends

Al 24 jaar werken de negen Hanzesteden in Nederland rondom de IJssel/Veluwe met elkaar samen in het samenwerkingsverband Hanzesteden Marketing. En niet zonder succes. Er is een duidelijke groei in aandacht en naamsbekendheid van de Hanzesteden in Nederland te zien. De Hanzesteden zijn niet meer weg te denken als bestemming in Nederland.

Uit de cijfers van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO), het Continu Vrijetijds Onderzoek (CVTO) en het Continu Zakenreizen Onderzoek (CZO) blijkt dat Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan, graag naar Gelderland komen. Ruim 1 op de 6 binnenlandse vakanties wordt in deze provincie gehouden. In cijfers zijn dat er ruim 3 miljoen per jaar. Daarmee is Gelderland koploper in Nederland. Bij de toeristenregio's neemt de Veluwe, net als in 2017, weer de eerste plek in op de ranglijst van populaire binnenlandse vakantie regio's.

Binnen het bestuurlijk overleg Hanzesteden Marketing is afgesproken dat toetreding van 'nieuwe Hanzesteden' alleen interessant is voor het samenwerkingsverband, als deze nieuwe steden ook een meerwaarde kunnen bieden aan de huidige negen participerende steden. Om een goede afweging te kunnen maken, is er behoefte aan om te kunnen toetsen aan criteria, waarbij vooral vanuit het perspectief van de consument wordt gekeken of de desbetreffende Hanzestad voldoet aan de verwachting die de consument in zijn/haar hoofd heeft van een Hanzestad. Dit om de kwaliteit en kracht van de Hanzesteden hoog te houden.

Uitgaande van een brede economische context kijkend naar de Hanzestedenregio, dan is er een grote economische groeiambitie, met als randvoorwaarde behoud van identiteit en een excellente leefomgeving. De gastvrijheidseconomie draagt nu al bij aan de economische groeiambitie. De bestedingen in de Hanzesteden kwamen in 2018 al uit op meer dan € 44 miljoen (CBS, 2019). Landelijk is er € 87,5 miljard uitgegeven in de toerismebranche, waarvan € 32,5 miljard door de buitenlandse toerist. Daarmee is de sector Recreatie en Toerisme met 4,4% van de Nederlandse economie (bijna 800.000 banen), een sector van belang en bijvoorbeeld groter dan visserij, landbouw en de bouw.





Dat een excellente leefomgeving van groot belang is als voorwaarde voor economische groei wordt onderstreept door de eeuwenoude Hanzewaarden.

De ambitie is groot, maar de invloed van de pandemie is nog onzeker. Daardoor is niet zeker wat de mogelijkheden zijn voor ontwikkelingen.

### **Kansen en knelpunten**

Het NBTC Holland Marketing heeft met haar partners Perspectief 2030 gelanceerd, waaruit blijkt dat de toerismesector gestaag doorgroeit, ook in Elburg. Die verwachte groei biedt grote kansen, maar zorgt tegelijkertijd ook voor knelpunten. Zo geldt voor veel plaatsen dat er nog onvoldoende wordt geprofiteerd van toerisme, terwijl de drukte op andere plaatsen overlast veroorzaakt.

Het is daarom van groot belang om extra te investeren en verder te professionaliseren. Zo wordt er samen voor gezorgd dat bezoek een nog waardevollere bijdrage levert aan het welzijn en de welvaart in Elburg.

Om dat te realiseren moet aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan:

- Extra investeren

Er moet extra geïnvesteerd worden in innovatie, samenwerking en beleid. Dit vergt publiekprivate investeringen, gekoppeld aan concrete projecten. De kernen van Elburg, ondernemers en marketingorganisaties moeten samen invulling geven aan een actie- en investeringsagenda en hier samen de schouders onder zetten;

- Data en inzicht genereren

Er is behoefte aan actuele, volledige en nieuwe data. Er moet een (onafhankelijke) data-alliantie voor toerisme ontwikkeld worden, waarin op regionaal en landelijk niveau bestaande data en kennis gedeeld worden. Met aanvullend onderzoek kan ontbrekende data worden verzameld.

Het Perspectief Hanzesteden 2020-2025 is een doorvertaling op basis van deze aanpak, waarin beschreven wordt hoe toerisme kan bijdragen aan regionale en lokale maatschappelijke uitdagingen. Onderzoek en data vormen de grondslag voor de verdere doorontwikkeling van een bestemming. Op basis hiervan kunnen er keuzes gemaakt worden op het gebied van branding, aanbodinnovatie en vraagontwikkeling. Ook Perspectief Hanzesteden 2020-2025 is vanuit dit kader verder uitgewerkt.

Om de Hanzesteden met een krachtige, economische groeiambitie te laten verduurzamen is actie nodig. Juist nu! Het is noodzakelijk om te blijven investeren in de vrijetijdseconomie en in destiniatiemanagement. Dan kan immers de regionale economie draaien en kan de vrijetijdseconomie ook een essentiële bijdrage leveren aan de vitale leefomgeving en de groei van trots in stad en regio. Met uiteindelijk als doel een betere kwaliteit van leven voor bewoners van de Hanzesteden en de omgeving.

De internationale handel tussen de Hanzesteden bracht in het verleden niet alleen economische voorspoed maar vooral ook een vitale maatschappij en dus goed onderwijs, gezondheids- en ouderenzorg, kunst en cultuur.

### **Werkgelegenheid**

Recreatie en toerisme spelen een grote rol voor de inwoners van Gelderland. Ongeveer 1 op de 16 Gelderse arbeidsplaatsen is te vinden in deze sector. Bezoekers en inwoners van de provincie besteden jaarlijks € 4,9 miljard (inclusief ruim € 2 miljard vaste- en vervoerskosten) aan dagrecreatieve vrijetijdsactiviteiten, zoals bezoek aan dierentuin en pretpark (Met de Hanzewaarden 'ondernemerschap', 'lef', 'samenwerking' en 'gemeenschapszin' wordt een belangrijke bijdrage geleverd aan economische groei in en om de Hanzesteden.

Om de ambitie en de doelstellingen te realiseren is doorontwikkeling van de Hanzesteden(regio) noodzakelijk. Daarom is de komende jaren een bredere aanpak essentieel; eentje die deels een ontwikkelende en uitvoerende rol ondersteunt, en deels een faciliterende rol.

Meer inzet en middelen moeten worden gealloceerd aan onderzoek en data, branding en aanbodontwikkeling. Onderzoek en data vormen de basis van alle activiteiten. Op basis hiervan maken we keuzes op het gebied van branding, aanbodinnovatie en vraagontwikkeling. Branding versterkt het huidige merkkader en vormt de basis voor aanbodinnovatie en vraagontwikkeling. Aanbodontwikkeling is essentieel om de juiste doelgroep aan te trekken naar wenselijke locaties. Vraagontwikkeling blijft belangrijk om de gewenste bezoekersstromen aan te trekken. De data die verkregen wordt uit marketingcommunicatie-activiteiten, zijn een bron voor alle activiteiten. Binnen elk werkdomein zetten we voor de komende jaren acties in vanuit een integrale aanpak.

### **Aanbodontwikkeling**

De (door)ontwikkeling van internationaal onderscheidend aanbod is van groot belang, willen we als bestemming verder doorgroeien en een verdere bijdrage leveren aan de vitaliteit en dynamiek van de steden. Doorontwikkeling van het bestaande aanbod is nodig, maar ook het ontwikkelen van nieuw aanbod en de inzet op gastvrijheid. Niet alleen voor de bezoekers maar ook voor de bewoners. Dat wil zeggen placemaking op basis van de eigen sterke identiteit, positionering en vraag. Belangrijk in dit proces is de co-creatie met bezoekers, ondernemers en bewoners. Daarbij is duurzaamheid de basis van de gehele (door)ontwikkeling.

### **Vraagontwikkeling**

De afgelopen jaren hebben we geïnvesteerd in de promotie van de Nederlandse Hanzesteden als must see voor nationale en internationale bezoekers. We hebben een meerjarige marketingcommunicatiecampagne gelanceerd in Nederland, België en Duitsland. Dit wordt gecontinueerd en aangevuld met influencer marketing worldwide met een focus op scherpere doelgroepkeuzes en spreiding (tijd en ruimte), gebaseerd op data en inzichten. We hebben tevens aandacht voor de kansen van een verdergaande internationale samenwerking via het Hanzeverbond.

### **Lokale implementatie maakt het verschil**

Samenwerken op verschillende niveaus heeft ook lokaal effect en consequenties. Het is essentieel dat het Perspectief Hanzesteden wordt doorvertaald naar het lokale en regionale beleid van provincies, gemeenten en marketingorganisaties. De ambitie en actie- en investeringsagenda van Perspectief Hanzesteden moet immers ook op lokaal niveau worden geïmplementeerd. Alleen dan wordt op basis van de eeuwenoude Hanzewaarden HET verschil gemaakt voor de Hanzesteden als bestemming binnen de bestemming Nederland.

*(Bron: Perspectief Hanzesteden 2020-2025, Vrijtijdsonderzoek Gelderland)*

## Bijlage 3: Samenwerkingen

*In het Stichting Elburg Promotie Actief zijn de onderstaande bedrijven en organisaties vertegenwoordigd:*

- Recreatieondernemers
- Stichting tot Behoud Elburger Bidders
- Winkeliersvereniging Elburg
- A. Vogeltuinen en Bezoekerscentrum
- Veluws Bureau voor Toerisme (vertegenwoordigd VVV Elburg)
- RECRON Gelderland
- Horeca Elburg
- Museum Elburg
- Agrarische sector
- Bed & Breakfasthouders
- Gemeente Elburg

*Overige instanties:*

- Hanzesteden Marketing
- Stichting Museumstad Elburg. Samenwerking van de tien musea in Elburg
- Cooperatie Gastvrije Randmeren
- Recron
- Provincie Gelderland
- Provincie Overijssel
- Provincie Flevoland
- Ondernemers gemeente Elburg
- Oudheidkundige vereniging Arent thoe Boecop
- Gelders Landschap en Kastelen
- Staatsbosbeheer
- Veluwe Alliantie
- Marketing Oost
- Regio Zwolle
- Diamant van Midden Nederland
- NEO (Nunspeet-Elburg-Oldebroek)
- Bedrijvenkring Elburg
- Business Club Noord-West Veluwe
- Stichting Wiel
- Organisaties die werken met vrijwilligers
- Scholen in gemeente Elburg en in de regio
- Musea
- Verenigingen en instellingen op het gebied van muziek, kunst en cultuur
- Ouderen-, zorg- en welzijnsinstellingen

## Bijlage 4: Geraadpleegde bronnen

- Omgevingsvisie Elburg 2019
- Perspectief Hanzesteden 2020-2025
- Veluwe-agenda 2030
- Uitvoeringsprogramma 2021-2023 Gebiedsopgave Veluwe
- Detailhandelstructuurvisie Gemeente Elburg 2020
- Visit Veluwe
- Visit Veluwe Strategie-activiteiten 2019
- Marketingoost: Feiten en cijfers 2019
- Rapport NBTC Holland Marketing, kennisbank Cijfers en Statistieken
- Rapport NBTC Perspectief 2030
- NBTC Onderzoek Inkomend Toerisme, 2019
- NBTC Persona's
- Nota Kunst en Cultuur
- 'De Rijkdom van Elburg'
- Onderzoek Gastvrij Nederland Model, Recron 2019
- Vrijetijdsonderzoek Gelderland.nl
- Statisch zakboek Gelderland; Economie & Arbeidsmarkt
- Statisch zakboek Gelderland; Toerisme & Recreatie
- Beleidsplan 'Spots op Elburg' 2017-2020
- Merkgids Hanzesteden (Marketingoost)
- Leven-de-Hanze (Marketingoost)
- Actieplan Vrijetijdseconomie Provincie Gelderland



Gemeente  
**Elburg**

[www.elburg.nl](http://www.elburg.nl)