

# WELKOM IN APELDOORN

**Startdocument  
vrije tijd & toerisme programma**

# 1. INTRO

## 1.1 Status notitie

Versterken van het toeristisch toplandschap is één van de vier strategische doelen van Apeldoorn. Wij willen dit strategisch doel samen met Ondernemers en Onderwijs realiseren door middel van het nieuw op te starten meerjarig programma 'Vrijetijd & toerisme'. In deze notitie staan de 'piketpalen' en de te realiseren doelen van dit programma. Hoofddoel is om meer bestedingen van bezoekers in Apeldoorn te krijgen ten gunste van de werkgelegenheid en het draagvlak onder onze vrije tijdsvoorzieningen. Het vervolg bestaat uit: een marsroute voor de toeristische ontwikkeling samen met alle betrokken partners, het opstellen van een evenementenbeleid waarvan ook het beleid rond topsportevenementen deel uitmaakt en een uitwerking in een city marketing inzet.

## 1.2. Welkom in Apeldoorn

Iedereen moet zich in Apeldoorn welkom voelen. Mensen willen dáár graag zijn waar goed gastheer/vrouwschap wordt ervaren. Dat geldt zeker voor de toerist. Apeldoorn wil een gastvrije gemeente zijn door het aanbieden van een kwalitatief goed toeristisch product, excellente service, prima informatie, voldoende faciliteiten, goede (sport)evenementen, aantrekkelijke binnenstad, mooie openbare ruimte, etc. De titel van dit programma 'Welkom in Apeldoorn' typeert de DNA van de Apeldoornse vrijetijdssector.

## 1.3. Definitie/begripsbepaling

Het begrip vrijetijdseconomie is breed. Kortweg omvat het begrip álles dat aan activiteiten wordt ontplooid in onze vrije tijd. In het programma spitsen we ons toe op het volgende:

*Het geheel aan toeristische en recreatieve voorzieningen en activiteiten dat economische betekenis heeft voor Apeldoorn en regio. Het gaat daarbij concreet om toeristische attracties, campings, hotels, bed&breakfast, bungalowparken, culturele voorzieningen, (sport)evenementen, horeca & funshopping, zakelijke verblijf, cultuurhistorie, het Veluws cultuurlandschap, de ontsluiting daarvan met wegen en een fiets- en wandelpadennetwerk, inclusief de promotie daarvan.*



## 2. AANLEIDING

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste aanleidingen voor het programma 'Welkom in Apeldoorn' kort beschreven.

### **Aanleiding 1: Toeristisch toplandschap**

Het 'Toeristisch toplandschap' is één van onze strategische doelen vanwege het grote belang van de vrijetijdssector voor Apeldoorn. De Veluwe is nummer 2 van Nederland bij de binnenlandse vakanties en daarmee een belangrijke impuls voor de Apeldoornse economie. Met 6.000 arbeidsplaatsen levert de vrijetijdssector maar liefst 6% van de Apeldoornse banen. Bovendien draagt deze sector bij aan de leefbaarheid en imago van de stad en omliggende dorpen.



### **Aanleiding 2: Vernieuwende impuls nodig**

De vrijetijdssector op de Veluwe heeft last van 'de wet van de remmende voorsprong'. De concurrentie met/van andere gebieden is toegenomen. Het is daarom hoog tijd voor innovatie en (gedeeltelijke) herstructurering van de vrijetijdssector. Toeristische voorzieningen als campings, hotels en horeca in Apeldoorn moeten meer aansluiting vinden bij de snel veranderende wensen van de hedendaagse consument. De binnenstad en de dorpen moeten meer gaan profiteren van de duizenden toeristen die de Veluwe bezoeken.

Synergievoordelen tussen retail, recreatie, (culturele) organisaties, evenementen en attracties moeten worden versterkt door nog meer samen te werken.

De gemiddelde besteding van vrijetijdsconsumenten in onze regio is laag ten opzichte van het landelijke gemiddelde en moet omhoog.

De promotionele kracht van Apeldoorn verdient aandacht. Evenementen met nationale uitstraling zijn ook voor Apeldoorn belangrijk.

Kortom: de vrijetijdseconomie van Apeldoorn staat aan de vooravond van een vernieuwende economische impuls. Apeldoorn werkt hierbij binnen het Convenant Toeristische sector samen met de andere toeristische partners op de Veluwe. Dit met als doel de Veluwe weer op de landelijke koppositie te krijgen als toeristische regio.

### **Aanleiding 3: Ontwikkelingen provinciaal, regionaal en nationaal**

#### **Provinciaal**

In de provinciale Omgevingsvisie is de Veluwe aangewezen als 'majeure opgave' met volop aandacht voor de vrijetijdssector. Eerder had de provincie in het 'Actieplan Vrijetijdseconomie' de urgentie voor de verdere ontwikkeling van deze sector aangegeven. Dit vrijetijd & toerisme programma biedt Apeldoorn de mogelijkheid om op een volwaardige wijze invulling te geven aan genoemde majeure opgave.

#### **Nationaal**

Op nationaal niveau is op verzoek van minister Kamp een 'Topteam gastvrijheidseconomie' aan slag met de ontwikkeling van een visie en plannen op nationaal niveau. Ook de minister onderkent dat deze sector zich moet aanpassen aan grote veranderingen in de markt om concurrerend te kunnen blijven. Het is voor Apeldoorn en de Veluwe als geheel van belang om goed aan te sluiten op de koers zoals die nationaal vanuit het Topteam wordt uitgestippeld.

## **Internationaal**

De recreatieve en zakelijke markt wordt steeds meer internationaal. Ook voor Apeldoorn en de Veluwe vraagt deze ontwikkeling een meer internationale positionering en strategie. De recente internationale programmering van Paleis Het Loo is hiervan een mooi voorbeeld. Kansen zoals het Van Gogh jaar, Liberation Route moeten worden benut. Nieuwe doelgroepen op ondermeer de Duitse, Belgische, Britse en Aziatische markt moeten worden bereikt.

## 3. WAT BEREIKEN?

### 3.1. Onze doelen

Meer bestedingen van bezoekers in Apeldoorn via een vitale vrijetijdssector is dé centrale doelstelling van het vrijetijd & toerisme programma 'Welkom in Apeldoorn'.

Een Apeldoornse vrijetijdssector met voldoende concurrentiekracht op zowel nationaal als internationaal niveau. Een vrije tijdssector ook die de bekendheid van Apeldoorn vergroot en daarmee werkt als stadspromotie. Door een sterke Apeldoornse vrijetijdssector willen wij het volgende bereiken:

- 1) De vrijetijdssector draagt bij aan de doelstelling van het Apeldoornse arbeidsmarktbeleid om 100.000 arbeidsplaatsen te realiseren.
- 2) Meer bezoekers in de binnenstad (ca 12 miljoen bezoekers in 2013) en dorpen. Dat levert een economische impuls op en het biedt kansen voor een goed voorzieningenniveau.



- 3) Hogere bestedingen. De toerist op de Veluwe geeft per dag 5 euro minder uit dan het landelijke gemiddelde. Wij streven naar een bestedingspatroon gelijk aan het landelijke gemiddelde.

## 4. CRITERIA

### Hoe pakken we het aan?

Dit programma staat voor een meerjarig proces. In dit hoofdstuk zijn de criteria weergegeven hoe wij binnen het programma willen werken.

#### 4.1. Een beweging

Met het programma 'Vrije tijd & Toerisme' willen wij de hiervoor genoemde doelen realiseren. Wij willen dat doen door een gezamenlijke beweging van Ondernemers, Onderwijs en Overheid.

Een beweging die zoekt naar nieuwe cross-overs en originele verbindingen tussen toerisme, cultuur, erfgoed, sport, evenementen en fun-shoppen. Daarbij speelt het aspect veiligheid een belangrijke rol. Het programma 'vrije tijd en toerisme' is de rijkdraad tussen al deze sectoren.

Door het programma in te richten als een beweging binnen een klimaat van optimale samenwerking kan bureaucratie worden voorkomen. Binnen het programma wordt nadrukkelijk gestreefd naar innovatie en concrete actie. Voorbeeld daarvan is de actie die samen met de 3 attractieparken is gestart om op een vernieuwende wijze de zichtbaarheid van deze parken te verbeteren. Maar ook het versoepelen van de regelgeving voor de recreatieparken is een mooi voorbeeld die laat zien dat de beweging al is gestart.

#### 4.2. Samenwerken en verbinden

Het vernieuwen van de vrijetijdssector vraagt een gezamenlijke aanpak van alle stakeholders. Samen de schouders er onder is het credo.

In deze paragraaf beschrijven wij een viertal uitgangspunten voor de wijze van 'Samenwerken en verbinden'.

#### Uitgangspunt 1:

##### Veluwe brede aanpak

Het 1<sup>e</sup> uitgangspunt is dat Apeldoorn wil werken aan een Veluwe brede samenwerking om de toppositie als aantrekkelijk vakantiegebied vast te houden.

Een gezamenlijke inzet van toeristische sector, terreinbeheerders, provincie en regio gemeenten om de Veluwe toeristische speerpunten als verblijfsrecreatie, fietsen, wandelen, ruitersport en watersport te versterken. De regionale samenwerking binnen het onlangs gesloten 'Convenant Overheid – Toeristische sector Veluwe' kan hiervoor als vliegwiel functioneren. Gezien de begrenzing van het Nationaal landschap Veluwe spreekt het voor zich dat ook het oostelijke deel van Apeldoorn onlosmakelijk is verbonden aan de Veluwe brede aanpak.

#### Uitgangspunt 2:

##### Sector brede aanpak

Het 2<sup>e</sup> uitgangspunt is dat Apeldoorn het programma sector breed wil oppakken. Recreatieparken, cultuur (o.a. musea), (sport)evenementen, vervoer, auto en fietsverhuur, dierenparken, congrescentra, landschapsbeheer, aanbod toeristische informatie, gastheerschap en het funshoppen.

Deze brede aanpak is nodig voor de noodzakelijke vernieuwing van het toeristische product. Denk daarbij aan (digitale) bereikbaarheid, aantrekkelijk landschap, uitdagende arrangementen, spannende natuurbeleving, streekproducten, divers cultureel aanbod en evenementen die de lokale identiteit 'vermarkten'.

### **Uitgangspunt 3: Lokaal, regionaal, nationaal en internationaal**

Het laatste uitgangspunt is dat Apeldoorn de lokale opgave voor de vrijetijdsector wil verbinden met de ontwikkelingen op regionaal, nationaal en internationaal niveau.

De bezoeker laat zich niet beperken door bestuurlijke grenzen van een gemeente of een regio. Daarom is het bij de verdere innovatie en het zoeken naar nieuwe kansen en doelgroepen noodzakelijk om aan te sluiten op de regionale, nationale en internationale ontwikkelingen.

Ook is er op Europees niveau mogelijk steun te verkrijgen voor de Veluwe toeristische uitdaging, inclusief Apeldoorn. Het is daarom van belang om bij het realiseren van de Apeldoornse doelstellingen waar nodig samenwerking te zoeken met deze mede overheden. In ieder geval zullen de ontwikkeling van visie en plannen op provinciaal, nationaal en internationaal niveau nauwlettend worden gevolgd en mogelijkheden voor het verkrijgen van Provinciale en Europese subsidie worden onderzocht. Hier ligt ook een lobbyopgave.

### **Uitgangspunt 4: Ondernemer, Onderwijs en Overheid**

Het laatste uitgangspunt in dit programma is het samen optrekken van Ondernemers, Onderwijs en Overheid. Deze samenwerking moet leiden tot nieuwe betalende gasten door innovatieve businessmodellen en samenwerkingsverbanden.

Noodzakelijke vernieuwing van de vrijetijdsector in de komende jaren vraagt een goed geleid samenspel tussen ondernemers, kennisinstellingen en overheden. Het Toeristisch Platform en het Convention Bureau zullen namens de ondernemers een belangrijke rol spelen.

Saxion Hogescholen, Hogere Hotelschool, Technische Universiteit Twente en Wageningen Universiteit, zijn voorbeelden van kennisinstellingen die een belangrijke rol kunnen spelen bij de doorontwikkeling van de vrijetijdsector. Daarbij denken wij niet alleen aan onderzoeks- en stageopdrachten maar ook aan het binden van de vernieuwende expertise van kennisinstellingen aan dit programma ter bevordering van de innovatiekracht van de vrijetijdseconomie.

Gebruikmakend van de ervaringen elders (bijvoorbeeld in de Stedendriehoek) gaan wij samen met onze partners bezien op welke wijze deze strategische samenwerking het beste kan worden ingericht voor Apeldoorn en/of De Veluwe.

#### **4.4. Geen dubbel werk**

Het vrije tijd & toerisme programma 'Welkom in Apeldoorn' richt zich op de lokale Apeldoornse vrijetijdsector en zoekt van daaruit de verbinding met de ontwikkelingen op de Veluwe op basis van uitwerking convenant. Zaken die vanuit het convenant regionaal worden geregeld zal Apeldoorn niet zelfstandig binnen haar eigen programma oppakken. Zo wordt dubbel werk voorkomen. Maar waar het Apeldoornse programma meer snelheid en/of lokaal maatwerk vraagt dan op Veluwe niveau kan worden geleverd, zal toch een 'eigen' weg worden gegaan. Natuurlijk blijft ook in dat geval afstemming gezocht met de regionale partners.

## 5. OPLOSSINGEN

Zoals hiervoor aangegeven is het programma 'Vrije tijd & toerisme' vooral een beweging. Een proces van actie en innovatie. Ter voorbereiding op dit startdocument is al met diverse stakeholders gesproken. De door hen aangereikte ideeën zijn ter inspiratie in dit hoofdstuk opgenomen.

Door de stakeholders zijn de volgende suggesties gedaan:

### 5.1. Infrastructuur

De (fysieke) infrastructuur willen wij dusdanig verbeteren dat het aanbod aansluit op de wensen van de hedendaagse en toekomstige vrijetijdsconsument. Daarbij kan (ter inspiratie) worden gedacht aan:

- ontwikkelen nieuwe concepten recreatieverblijven;
- breedband op recreatieterreinen;
- antwoord op overcapaciteit recreatieverblijven, inclusief de negatieve ontwikkelingen daar van;
- aanboren nieuwe doelgroepen recreanten zoals de watersporter door Apeldoorns Kanaal weer bevaarbaar te maken;
- planologisch anticiperen op de wenselijkheid van een haven;
- (fiets)routes meer in verbinding brengen met musea, erfgoed, horeca, dorpskernen, binnenstad;
- goed onderhoud routes voor fietsen, mountainbiken, wandelen, paarden;
- aantrekkelijke verbinding van recreatieterreinen en attractieparken naar binnenstad (bijv. stoomtrein, museumbussen, uitnodigende fiets- en wandelroutes tussen ommeland en binnenstad) ;
- goede voorzieningen e-bike;
- minder regeldruk vrijetijdssector en snellere procedures;
- 1-loket systeem vrijetijdssector;

### 5.2. Activiteiten

Het activiteitenaanbod zal moeten aansluiten op de wensen van de huidige toerist. "Voor elk wat wils" is een belangrijk credo gezien de grote verscheidenheid aan doelgroepen die Apeldoorn bezoeken. Dat vraagt een breed aanbod aan activiteiten ontwikkeld vanuit vernieuwende cross-overs tussen de verschillende sectoren.

Een aanbod dat is gericht op rust, beleving, natuur, cultuur, educatie en zakelijk (congressen). Daarbij kan (ter inspiratie) worden gedacht aan:

- onthaasten met fluisterboot op Apeldoorns Kanaal;
- waterspektakel bij het Havencafé;
- op pad met de boswachter;
- wildsafari;
- (sport)evenementen met allure;
- arrangementen gericht op stimuleren hoger bestedingspatroon;
- openluchttheater in binnenstad en/of natuur (Radio Kootwijk);
- Apeldoorn congresstad;

### 5.3. Stadspromotie

De promotie willen wij dusdanig verbeteren dat het vrijetijdsaanbod binnen en buiten Apeldoorn vindbaar en zichtbaar is voor de hedendaagse en toekomstige vrijetijdsconsument. Maar wij willen ook dat Apeldoorn meer zichtbaar wordt als aantrekkelijke 'Buitenstad'. Daarbij kan (ter inspiratie) worden gedacht aan:

- Strategische Marketing Toerisme in relatie tot stadspromotie;
- nieuwe Apeldoornse top(sport)evenementen met landelijke bekendheid en aantrekkingskracht;
- actieve participatie vrijetijdssector op sociale media;
- websites, een app, geschikt voor smartphone;
- gerichte marketing op groeimarkten;



## 6. HOE VERDER?

### 6.1. Aan de slag!

We ontwikkelen een marsroute voor het verbeteren van het toeristisch- en vrije tijdsproduct voor de consumentenmarkt en de zakelijke markt. We werken een nieuw evenementenbeleid uit waarbinnen een bestendige lijn van topsportevenementen. Daarbij zullen wij ons vooral richten op de 3 speerpunten infrastructuur, activiteiten en promotie.

In de Meerjarenbegroting 2014-2017 is in MJB-Programma 9 al met deze opgave rekening gehouden. Enerzijds door in te zetten op het instandhouden van de landschappelijke kwaliteit en anderzijds door het verhogen van de kwaliteit van het toeristische aanbod.

Het programma Welkom in Apeldoorn draagt bij aan de comfortabele woonstad doordat het zorgt voor extra draagvlak onder de voorzieningen en dus een breder aanbod aan voorzieningen. Zo zorgt inzet op topsport-evenementen voor participatie in breedtesport. Inzet op buitensportevenementen benadrukt ons profiel Apeldoorn Buitenstad.

Het draagt bij aan de Ondernemende Stad omdat het zorgt voor extra werkgelegenheid. Het draagt bij aan natuur en landschap door de inzet op duurzaam toerisme op de Veluwe.

### 6.2. Onze rol?

De rol van de gemeente binnen het programma "Welkom in Apeldoorn" kan per situatie verschillen. Daar waar ondernemers de kansen pakken zullen wij vooral uitdagen, begeleiden en faciliteren. Waar een aanvullende rol van ons wordt gevraagd zal die worden opgepakt. Waar nodig en mogelijk zullen wij aanjager of zelfs opdrachtgever zijn. In dat geval zullen wij als gemeente met publieke middelen en/of expertise zelf initiatieven nemen. Daarnaast heeft de gemeente ook een belangrijke (wettelijke) rol in gebiedsontwikkeling en de daarvoor vereiste regelgeving.

### 6.3. 'Marsroute' vrijetijdseconomie

In het vorige hoofdstuk hebben wij bij de 3 speerpunten infrastructuur, activiteiten en stadspromotie voorbeelden genoemd van mogelijke oplossingen. Deze voorbeelden zijn

genoemd in de diverse gesprekken die met de vrijetijdsector zijn gevoerd ter voorbereiding op dit programma. Ze vragen nog onderzoek, denkkraft en uitwerking. Ook zullen er businessmodellen uitgewerkt moeten worden. Bovendien is dit rijtje met mogelijke oplossingen nog maar "een eerste oogst". Wij zijn er van overtuigd dat er nog veel meer creatieve, innovatie en uitdagende kansen in beeld zullen komen bij het vervolg. Daar is een goed proces voor nodig dat samen met ondernemers en onderwijs zal worden ontwikkeld.

Wij willen daarom door middel van co-creatie samen met ondernemers en kennisinstellingen een 'marsroute kwaliteitsimpuls vrijetijdseconomie' opstellen voor de verdere ontwikkeling van de Apeldoornse vrijetijdseconomie. Deze 'marsroute' is een dynamisch document waarin de concrete acties staan voor het realiseren van de strategische doelen. Deze 'marsroute' moet in het 3<sup>e</sup> kwartaal 2014 gereed zijn.

Wij willen een ambitieuze 'Marsroute kwaliteitsimpuls vrijetijdseconomie'. De Veluwe moet (weer) de sterkst toeristische regio van Nederland worden. Apeldoorn gaat daaraan maximaal bijdragen. Daarom koppelen wij de volgende kwantitatieve doelstellingen aan de Marsroute:

- 4% stijging van het aantal toeristische bezoeken
  - 4% stijging van het aantal toeristische overnachtingen
  - 2% stijging van het aantal zakelijke bezoeken
  - 2% stijging van het aantal zakelijke overnachtingen
  - 6% stijging van bestedingen in de sector
- Wij plaatsen deze kwantitatieve doelen in de volgende economische context.

#### Economische waarde vrijetijdseconomie

*In 2012 telde de provincie Gelderland ruim 16,1 miljoen overnachtingen. Waarvan ruim 11 miljoen op de Veluwe. Het totaal aantal bestedingen aan toeristische activiteiten in Gelderland is € 2,5 miljard. € 1,7 miljard van de uitgaven vindt plaats op de Veluwe. Toerisme en recreatie levert in totaal bijna 57.600 FTE aan banen op voor Gelderland. Voor de Veluwe is dat 20.400 FTE. Hiermee is toerisme en recreatie goed voor circa 6% van*

de werkgelegenheid in Gelderland en op de Veluwe.

Ten opzichte van 2008 hebben de toeristisch-recreatieve bezoekers aan Gelderland 5% meer uitgegeven. Op de Veluwe is de stijging eveneens 5%. De werkgelegenheid die voortvloeit uit de bestedingen is tussen 2000 en 2012 met 10% gestegen. De toeristisch-recreatieve sector heeft zich gunstig ontwikkeld ten opzichte van de totale werkgelegenheid in Gelderland. Het belang van de toeristisch-recreatieve voor de werkgelegenheid is toegenomen (Provincie Gelderland: 2011, 2014).

### Ambities vrijetijdseconomie

Onderdeel van marsroute is verder inkleuring te geven aan de ambities voor vrije tijd en recreatie in Apeldoorn. Deze begeven zich op verschillende domeinen.

We willen innovatie van de fysieke infrastructuur (verblijfsrecreatie, en ontsluiting) stimuleren. Daarmee ontwikkelt Apeldoorn een aanbodstructuur die de toerist aanspreekt en tot de beste van Nederland behoort.

De Veluwe is nog steeds de belangrijkste toeristische regio van Gelderland, en heeft de afgelopen jaren een koppositie bereikt voor korte binnenlandse vakanties. Deze positie willen we verder versterken. De koninklijke allure van Apeldoorn met Paleis Het Loo als centraal middelpunt biedt een unieke mogelijkheid ons toeristisch product onderscheidend te laten zijn.

Wij werken met partners aan verdere versterking van het activiteiten aanbod en scoren met aansprekende en terugkerende evenementen landelijke exposure.

Met ons Regionale Bureau voor Toerisme werken we de strategische marketing visie Apeldoorn/De Veluwe uit. Apeldoorn is de invalsbasis voor De Veluwe. Daarbij focussen wij ons ook op nieuwe doelgroepen, bijvoorbeeld meer bezoekers uit Engeland, Duitsland en België. Natuurlijk hoort daar ook een toeristische informatievoorziening bij die voldoet aan de snel veranderende wensen van de toerist.

Met het toeristisch platform werken we voortdurend activiteiten uit die bijdragen aan versterking van toeristisch Apeldoorn (zichtbaarheid attracties, convention bureau, natuurbeleving).

Binnen het Integraal Veiligheidsplan geven wij invulling aan onze ambitie van een 'veilig toerisme'.

Tot slot zijn we een zichtbare en actieve gemeente in de regio. Door middel van lobby willen we ook bij hogere overheden ontwikkelruimte creëren voor de sector



### 6.4. Evenementen

Uit de ter voorbereiding van dit programma gevoerde gesprekken komt met kracht het signaal om met urgentie een Evenementenvisie te ontwikkelen. Goede (sport)evenementen worden gezien als 'de motor' voor een aantrekkelijk activiteiten aanbod, een stevige Apeldoorn promotie en een krachtige marketing van de vrijetijdssector.



Wij pakken dit signaal op door meteen met het ontwikkelen van een Evenementenvisie te starten. Wij willen in deze visie de basis leggen voor de volgende ambities:

- Apeldoorn heeft jaarlijkse tenminste 3 structurele Top(sport)evenementen met nationale uitstraling;
- De jaarlijkse Topevenementen moeten de identiteit van Apeldoorn versterken. Een Topevenement kan een doorontwikkeling zijn van nader te bepalen bestaand evenement. Maar er is ook ruimte voor aansprekende nieuwe initiatieven;
- Apeldoorn gaat door met het binnenhalen van aanvullende top(sport)evenementen waardoor de nationale zichtbaarheid en herkenbaarheid wordt vergroot.

Voorbeelden van successen op dit punt zijn het VNG congres, diverse WK's, EK's, NK's en Tros muziekfestival. Een actieve evenementenlobby zal dit ondersteunen;

- De top(sport)evenementen zullen door side-events zich ook 'verankeren' in de Apeldoornse samenleving;
- Apeldoorn geeft meer ruimte aan jonge creatievelingen om reuring in de stad te creëren;
- Evenementen dragen bij aan een robuuste stadsprofilering waardoor ze ook als 'marketinginstrument' functioneren;
- Apeldoorn heeft commerciële evenementen voor het actief bij elkaar brengen van bedrijven en kennisinstellingen. Denk daarbij aan AFAS tennistoernooi maar ook aan bijvoorbeeld VIP-acties en (sponsor) netwerkbijeenkomsten. Dit bredere evenemентаanbod genereert extra economische spin-off en is een belangrijk kerndoel van de Apeldoornse evenementenvisie;
- Een transparante en efficiënte uitvoeringsorganisatie voor zowel Apeldoorn promotie als evenementen. De huidige werkwijze en organisatiestructuur zullen worden geëvalueerd waarbij ook specifiek wordt gekeken naar de rolverdeling zoals die de afgelopen jaren was tussen Stichting Apeldoorn Promotie en het Veluws Bureau voor Toerisme.

## 6.5. Hoe pakken we het aan?

### Kernteam

Op basis van dit startdocument gaat een klein ambtelijke kernteam aan de slag met dit programma. Rondom het kernteam zullen satellieten functioneren die met specifieke deelvragen aan de slag gaan. Een voorbeeld daarvan is de satelliet 'Evenemententerreinen en evenementenvergunningen'. Deze satellieten, waarin ook (vak)specialisten op de deelterreinen zitting hebben, gaat over de specifieke deelvragen adviseren in afstemming met het kernteam.

### Co-creatie

Bij de uitvoering van het vrijetijd & toerisme programma 'Welkom in Apeldoorn' wordt stevig ingezet op co-creatie. Het 'van buiten naar binnen werken' is uitgangspunt. Daarom zal het kernteam zich in een proces van co-creatie laten omringen door externen.

## Regionale marketing

Wij gaan bij de operationalisering van het vrijetijd & toerisme programma 'Welkom in Apeldoorn' samen optrekken met het Bureau voor regionale marketing. Door deze samenwerking kan maximale synergie worden bereikt en optimaal gebruik worden gemaakt van elkaars expertise.

## Planning

Het programma 'Vrije tijd & toerisme' is een meerjarig proces. Een beweging van samen kansen pakken. De vast te stellen documenten zijn aan de volgende planning gebonden:

- 3<sup>e</sup> kwartaal 2014 marsroute kwaliteitsimpuls vrijetijdseconomie
  - oktober 2014 evenementenvisie
- Hoewel de evenementenvisie pas eind 2014 formeel wordt vastgesteld zal toch worden geprobeerd om al in 2015 (deels) uitvoering te geven aan deze nieuwe visie.

## 6.6. Bemensing programma

### Programma wethouder:

Olaf Prinsen

### Portefeuillehouder Evenementen:

Nathan Stukker

### Opdrachtgever directieraad:

Jan de Kleuver

### Ambtelijk opdrachtnemer:

Evert Leusink

### Ambtelijk Kernteam

Huub Geelen  
Roelof de Graaf  
Jasper v.d. Graaf  
Fleur Heinz

Victor Ledeboer  
Evert Leusink  
Ellen Luten  
Marjan Thalen  
Herma Harmelink

### Aandachtsgebied

Sport  
Recreatie  
Cultuur  
Relatiemanagement  
Bedrijven  
Onderwijs  
Programmatrekker  
Lobby  
Evenementen  
Economie

## Uren

Voor de uitvoering van dit Programma jaarlijks benodigde uren wordt voor de programmatrekker geschat op 600 uur. Voor de overige kerngroepleden wordt de jaarlijks gevraagde inzet geschat op 50 uur.

De specifiek voor dit programma vereiste uren van de kerngroep kan beperkt blijven omdat:

- a. Dit Programma vooral door inbreng externe stakeholders uitgevoerd wordt.
- b. Kerngroepleden vanuit hun reguliere taak worden ingezet.

## Budget

De voor dit programma vereiste budget wordt voor 2014 geraamd op 50.000,-- euro. Dit bedrag bestaat met name uit organisatiekosten en inhuur expertise. Dit bedrag wordt gedekt vanuit de door de gemeenteraad beschikbaar gestelde aanjaaggelden.

Naar verwachting gaat dit programma in toenemende mate een beroep doen op deze aanjaaggelden om zo cruciale initiatieven van de grond te helpen. Jaarlijks zullen wij bezien welk deel van het aanjaagbudget voor dit programma kan worden ingezet. Daarnaast zal worden bezien of door te kiezen voor specifieke organisatievormen, bijvoorbeeld zoals Rotterdam een stichting voor sportevenementen en city-marketing heeft, met extra inkomsten van onder andere sponsors fondsen gevormd kunnen worden.

Indien plannen vanuit dit programma structurele dekking vragen zal dat bij de besluitvorming van die voorstellen worden betrokken. Zo is het bijvoorbeeld niet uitgesloten dat voor de doorontwikkeling van de Apeldoornse (sport)evenementen en stadspromotie structureel extra budget nodig is.