

Beleidsevaluatie recreatie en toerisme
2008-2012



Olst-Wijhe, mei 2013

Seinpost Adviesbureau

Gré Beekers

Brechtje Schildkamp

Inhoudsopgave

Samenvatting	5
1. Inleiding	7
1.1. Aanleiding	7
1.2. Vraagstelling	7
1.3. Leeswijzer	7
2. Huidige structuur en economische betekenis van recreatie en toerisme	8
2.1. Afbakening recreatie en toerisme	8
2.2. Omvang recreatie en toerisme	8
2.2.1. Verblijfstoerisme	9
2.2.2. Dagrecreatie	10
2.3. Economische betekenis recreatie en toerisme	11
3. Trends en ontwikkelingen	14
3.1. Inleiding	14
3.2. Landelijke trends en ontwikkelingen	14
3.2.1. Algemene trends	14
3.2.2. Trends in leisure	15
3.2.3. Ontwikkeling recreatie en toerisme	16
3.3. Regionale ontwikkelingen	18
3.4. Sterkte-zwakteanalyse	20
4. Toeristisch beleid en organisatie	22
4.1. Inleiding	22
4.2. Gemeentelijk beleid	22
4.3. Regionaal beleid	25
4.3.1. Provincie Overijssel	25
4.3.2. Salland	26
4.4. Organisatie recreatie en toerisme	27
4.4.1. Werkveld	27
4.4.2. Gemeentelijk instrumentarium	29
5. Beleidsevaluatie en -effecten	33
5.1. Beleidsformulering	33
5.2. Ontwikkeling toeristische sector 2008 – 2012	34
5.2.1. Ontwikkeling aanbod	34
5.2.2. Ontwikkeling overnachtingen en dagbezoek	34
5.2.3. Economische betekenis	35
5.3. Gerealiseerde projecten	36
5.4. Samenwerking met partners	39

6.	Conclusies en aanbevelingen.....	42
6.1.	Conclusies	42
6.2.	Een kijk naar de toekomst... ..	44
7.	Bestuurlijke reactie en nawoord	45
7.1	Bestuurlijke reactie	45
7.2	Nawoord	47
Bijlage 1	Begrippenlijst	48
Bijlage 2	Projectenlijst 2009 – 2012	49
Bijlage 3	Beschrijving impactmodel Vrijetijdsector	55
Bijlage 4	Overzicht interviews.....	57
Bijlage 5	SMART	58

Samenvatting

Doel studie: toets effectiviteit toeristisch beleid

In november 2008 heeft de gemeenteraad van Olst-Wijhe het 'Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme' vastgesteld, waarin de gemeente haar beleid op het gebied van recreatie en toerisme heeft geformuleerd en daaraan uitvoeringsgerichte projecten heeft gekoppeld. Deze rapportage, in opdracht van de Rekenkamercommissie, betreft een onderzoek naar de effectiviteit van dit beleid en geeft inzicht in de betekenis van toerisme en recreatie in Olst-Wijhe.

Huidige situatie: betekenis toerisme bescheiden

Olst-Wijhe heeft geen sterk toeristisch profiel. De omvang van de toeristische sector is beperkt. Binnen de gemeentegrenzen zijn circa 70 verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven gevestigd. De jaarlijkse bestedingen van de bezoekers en gasten van deze accommodaties worden geraamd op ongeveer € 8 miljoen. Dit gaat gepaard met een werkgelegenheid van ongeveer 102 FTE, oftewel 140-145 banen. Dit is 2,6% van de totale werkgelegenheid. In vergelijking met het Nederlands gemiddelde en in vergelijking met gemeenten van gelijke omvang, nabij een grote stad en met een niet sterk toeristisch profiel, is dit aandeel laag.

Beleid 2008-2012: stevige groeiambitie toerisme

De gemeente heeft behoorlijke ambities geformuleerd en ziet recreatie en toerisme als belangrijke groeimarkt voor Olst-Wijhe. Voor de periode 2008-2012 heeft zij 3 hoofdprojecten en 24 deelprojecten benoemd, waarmee de gemeente circa 50 FTE aan extra werkgelegenheid wil realiseren. Voor de uitvoering van het beleid is jaarlijks ongeveer € 200.000 begroot, waarvan 1 FTE personele inzet (indirecte kosten) en € 109.000 voor bijdragen aan bijvoorbeeld het VVV, Salland Marketing en Recreatiegemeenschap Salland (directe kosten). Ook het budget van € 19.000 voor het incidenteel steunen van projecten is hier onderdeel van. Daarnaast is er in 2008 door de gemeenteraad een aanjaagbudget van bijna € 30.000 ter beschikking gesteld voor de drie hoofdthema's in het beleid.

Ontwikkeling toerisme: lichte groei in 2008-2012

De toeristische sector in Olst-Wijhe heeft een lichte groei doorgemaakt tussen 2008-2012. Deze groei komt voort uit de groei van de dagtoeristische sector (+55% dagbezoeken en +39% bestedingen). De verblijfstoeristische sector kent daarentegen een licht negatieve ontwikkeling (-9% overnachtingen en -5% bestedingen), waardoor de ontwikkeling van de vrijetijdsector in Olst-Wijhe op een totale groei van 11% in bestedingen en 24% in werkgelegenheid uitkomt. De beleidsdoelstellingen (50% groei werkgelegenheid) zijn hiermee in beperkte mate gehaald. Dit is in absolute aantallen arbeidsplaatsen geen sterke groei. Echter in vergelijking met de ontwikkeling in andere gemeenten in Nederland, waar de toeristische markt zich de laatste jaren soms zelfs negatief heeft ontwikkeld, toch een positief resultaat.

Beleids effect: weinig gerealiseerd door te hoge ambities

De drie hoofdprojecten uit het ontwikkelingsplan zijn niet gerealiseerd. Dit is niet opvallend gezien het feit dat deze projecten, in omvang, tijdspad en aantal, erg ambitieus zijn voor een relatief kleine gemeente als Olst-Wijhe. Daarnaast is slechts 60% van de 24 kleine projecten uitgevoerd. Ook hier geldt dat het aantal projecten en het tijdspad (4 jaar) erg ambitieus zijn, zeker gezien de personele bezetting en het beschikbare budget.

Wel kan geconcludeerd worden dat de gemeente de juiste richting is ingeslagen met haar beleid. De doelstellingen en projecten sluiten goed aan op regionaal- en provinciaal beleid en op ontwikkelingen in de markt. Echter, de schaal van de projecten, het aantal projecten en het gekozen tijdspad zijn te ambitieus, waardoor beleidsdoelen niet gehaald zijn.

Advies: meer focus in beleid, aansluiten bij oorspronkelijke kwaliteiten

De gemeente heeft met haar beleid van de afgelopen jaren de juiste koers voor Olst-Wijhe ingezet. Voor de toekomst is het zaak om focus in dit beleid aan te brengen en keuzes te maken in doelstellingen en projecten. Er liggen voor Olst-Wijhe met name kansen voor ontwikkelingen die voortbouwen op de oorspronkelijke kwaliteiten van de gemeente: de IJssel, de groene omgeving en de cultuurhistorie. De gemeente is met haar ligging een goede uitvalsbasis voor shortbreaks of een weekje weg. Daarmee liggen er kansen voor het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties, zoals hoogwaardige B&B's, een bijzonder, kleinschalig hotelconcept of een kleinschalig bungalowpark gericht op recreatief eigen gebruik.

Binnen de dagrecreatie liggen er kansen voor Olst-Wijhe op het gebied van routegebonden buitenrecreatie. De basisvoorzieningen (routes, bewegwijzering etc.) zijn hiervoor reeds aanwezig, alleen de inkleuring van het aanbod ontbreekt. Olst-Wijhe moet op zoek naar de verhalen achter haar oorspronkelijk aanbod en beleving toevoegen. Daarnaast zijn er kansen voor de ontwikkeling van aanbod op de markt van spiritualiteit en gezondheid. Deze markt sluit goed aan bij het kleinschalige karakter van de gemeente en de rust en ruimte die Olst-Wijhe biedt.

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

In november 2008 heeft de gemeenteraad van Olst-Wijhe het 'Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme' vastgesteld, waarin de gemeente haar visie op recreatie en toerisme geeft en daaraan verbonden specifieke uitvoeringsgerichte projecten, voor de korte en langere termijn, verbindt. De gemeente is van mening dat recreatie en toerisme van belang zijn voor de lokale economie van Olst-Wijhe en heeft behoorlijke ambities geformuleerd op dit gebied. Momenteel is de behoefte ontstaan om inzicht te krijgen in de rol van toerisme en recreatie in Olst-Wijhe en de effectiviteit van het beleid van de gemeente op dit terrein. De rekenkamercommissie heeft Seinpost Adviesbureau daarom gevraagd onderzoek uit te voeren naar de economische betekenis van de toeristische sector anno 2012 en de ontwikkeling ervan ten opzichte van 2008. Dit in combinatie met een beleidsevaluatie van het 'Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme'. Tot slot vraagt de gemeente om aanbevelingen voor de toekomst.

1.2. Vraagstelling

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

"Welke rol speelt toerisme en recreatie in de gemeente Olst-Wijhe en zet de gemeente samenhangende en effectieve instrumenten en (financiële) middelen in om toerisme en recreatie te bevorderen?"

Deze hoofdvraag is uitgesplitst in de volgende deelvragen:

- Wat is het economisch-maatschappelijk belang van toerisme en recreatie in de gemeente?
- Welke beperkingen en mogelijkheden kent de sector, ook in overweging nemend de locatie van de gemeente in haar regionale omgeving?
- Welke partijen (inclusief gemeente en regionale samenwerkingsverbanden) zijn er binnen deze sector actief, weten alle partijen elkaar te vinden en is er een effectieve taakverdeling?
- Wat is het oordeel van de private sector over de taak en rol van de gemeente, de rol van het SBT, de RGS en de VVV/TIW en regionale samenwerkingsverbanden?
- Welke ambities en doelstellingen heeft de gemeente in haar beleid verwoord? Spelen deze in op de gevonden beperkingen en mogelijkheden?
- Welke instrumenten zet de gemeente in om deze ambities en doelstellingen te bereiken?
- Welke kengetallen zijn er voor deze sector voorhanden en hoe heeft de sector zich sinds 2008 ontwikkeld?
- Hebben het beleid en de ingezette instrumenten effect gehad (m.a.w.: zijn de in het beleid geformuleerde ambities en doelstellingen gerealiseerd)?
- Welke ontwikkelingen doen zich voor en hoe kan de gemeente hierop inspelen?

1.3. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de huidige structuur en economische betekenis van recreatie en toerisme in Olst-Wijhe in beeld gebracht. Vervolgens geeft hoofdstuk 3 inzicht in trends en ontwikkelingen in de toeristische sector, zowel op landelijk als regionaal niveau. In hoofdstuk 4 is het gevoerde beleid op gemeentelijk en regionaal niveau uiteengezet en wordt het toeristisch werkveld beschreven. In hoofdstuk 5 is dit beleid geëvalueerd en hoofdstuk 6 geeft antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek en doet aanbevelingen voor de toekomst.

2. Huidige structuur en economische betekenis van recreatie en toerisme

2.1. Afbakening recreatie en toerisme

De toeristische sector kan worden onderverdeeld in twee hoofdgroepen: verblijfstoerisme en dagrecreatie, welke beide weer worden onderverdeeld in verschillende categorieën.

Binnen het *verblijfstoerisme* zijn de volgende categorieën onderscheiden:

- Hotels, pensions en bed & breakfast;
- Campings (regulier);
- Vakantiewoningen/appartementen;
- Groepsaccommodaties;
- Watersport/jachthavens.

Binnen de *dagrecreatie* zijn in dit rapport de volgende hoofdcategorieën gehanteerd:

- Attracties;
- Evenement;
- Musea en bezienswaardigheden;
- Bezoekerscentra en buitenactiviteiten;
- Routegebonden buitenrecreatie;
- Waterrecreatie en –sport;
- Wellness/beauty/ontspanning.

Voor een overzicht van verdere activiteiten, definities en afbakeningen verwijzen wij u naar bijlage 1.

2.2. Omvang recreatie en toerisme

Voor het bepalen van de omvang van de toeristisch-recreatieve sector in Olst-Wijhe zijn telefonische enquêtes afgenomen onder de verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven in de gemeente. In totaal hebben 56 van de 72 bedrijven in Olst-Wijhe geparticipeerd in het onderzoek: een respons van 78% (zie tabel 2.1.). Dit is een zeer hoge respons.

Tabel 2.1. Respons Olst-Wijhe

Categorie	Populatie	Gerealiseerd	Respons
B&B	21	15	71%
Campings	9	8	89%
Vakantiewoningen/appartementen	17	11	65%
Groepsaccommodaties	3	3	100%
Jachthavens	1	1	100%
Attracties	2	2	100%
Musea en bezienswaardigheden	12	9	73%
Bezoekerscentra en buitenactiviteiten	3	3	100%
Watersport	1	1	100%
Evenementen	3	3	100%
Totaal	72	56	78%

Naast veldwerk is voor het onderzoek gebruik gemaakt van deskresearch voor het in kaart brengen van de dagrecreatieve activiteiten (fietsen en wandelen) en bestedingen (op basis van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO)). Tevens is gebruik gemaakt van deskresearch voor de bepaling van de parameters (bestedingen¹, arbeidscoëfficiënten, etc.) voor de berekening van de economische betekenis van de toeristische sector.

2.2.1. Verblijfstoerisme

Onderstaande tabel (tabel 2.2.) geeft een overzicht van het verblijfstoerisme in de gemeente Olst-Wijhe in aanbod (capaciteit) en vraag (aantal overnachtingen). Om de vertrouwelijkheid van de gegevens van de individuele bedrijven te waarborgen, worden alleen uitspraken over de vraagzijde gedaan op een aggregatieniveau van minimaal 3 bedrijven.

Tabel 2.2. Verblijfstoerisme Olst-Wijhe

Verbleefscategorie	Aantal aanbieders	Aantal kamers/woningen	Aantal bedden /toeristische plekken	Aantal vaste/seizoensplekken	Aantal Overnachtingen
B&B	21	42	73	-	2.770
Campings	9	10	344	253	13.014
Vakantiewoningen/appartementen	17	20	107	-	5.943
Groepsaccommodaties	3	-	1.052	-	81.932
Jachthavens	1	-	12	6	0 ²

Bed & breakfast

Olst-Wijhe telt 21 bed- en breakfasts met een gezamenlijke capaciteit van 42 kamers en 73 bedden. Jaarlijks overnachten hier bijna 2.800 mensen. Dit zijn voornamelijk toeristen (88%) en slechts voor een klein deel zakelijke gasten (12%). Ongeveer 1 op de 10 gasten is afkomstig uit het buitenland. De binnenlandse markt is daarmee de voornaamste markt voor de bed- en breakfasts in Olst-Wijhe. De gemiddelde bedbezettingsgraad komt voor 2012 uit op 10%. Dit percentage ligt behoorlijk onder het Nederlandse gemiddelde van 17%.

Campings

Bij het kamperen kan onderscheid worden gemaakt tussen toeristisch en vast kamperen³. In totaal heeft Olst-Wijhe 9 campings uiteenlopend van "reguliere" campings tot "minicampings" (tot en met 25 plaatsen). De campings hebben in totaal bijna 600 standplaatsen en 10 chalets. Circa 58% van de capaciteit betreft toeristische standplaatsen. Hier hebben in 2012 ruim 13.000 overnachtingen plaatsgevonden van wederom met name binnenlandse gasten (92%).

Vakantiewoningen/appartementen

Olst-Wijhe telt 17 aanbieders van vakantiewoningen/appartementen⁴. Dit zijn voornamelijk particulieren met 1 vakantiewoning. In totaal verhuren zij 20 vakantiewoningen met 107 bedden. In 2012 is in deze

¹ De bestedingsprofielen zijn vastgesteld op basis van een combinatie van de resultaten van de interviews en deskresearch (tarievenonderzoek en externe bronnen zoals CBS, etc).

² De jachthaven van Wijhe is in 2012 gesloten geweest in verband met werkzaamheden aan de Loswal. In 2011 is er wel overnacht in de jachthaven van Wijhe. Er vonden toen circa 1.000 persoonsovernachtingen plaats. De bestedingen die voortvloeien uit deze overnachtingen in de haven zijn geraamd op ruim €28.000. Dit gaat gepaard met 0,4 FTE werkgelegenheid.

³ Onder vast kamperen wordt zowel het kamperen op vaste plaatsen, jaarplaatsen als seizoensplaatsen gerekend. Tot toeristisch kamperen wordt gerekend het kamperen op toeristische plaatsen, voor- of naseizoenplaatsen, in trekkershutten en verhuurcaravans.

⁴ Recreatiepark De Scherpenhof valt grotendeels buiten de gemeentegrens van Olst-Wijhe en is daarom niet meegenomen in dit onderzoek.

vakantiewoningen bijna 5.800 keer overnacht. De bedbezetting ligt daarmee voor 2012 op 16%. Dit percentage ligt een stuk lager dan de provinciale bedbezetting in 2011⁵ (33,6%).

Groepsaccommodaties

In de gemeente zijn 3 groepsaccommodaties gevestigd met in totaal 1.052 bedden. Vooral Summercamp Heino is een grote aanbieder binnen de gemeente met 1.000 bedden. In 2012 vonden hier bijna 82.000 overnachtingen plaats. Dit komt overeen met een gemiddelde bezettingsgraad van circa 21%; dit komt overeen met het provinciale gemiddelde van 23% (bron: CBS, 2011⁵).

Jachthavens

Olst-Wijhe heeft 1 jachthaven in Wijhe met in totaal 18 ligplaatsen, waarvan 6 vaste ligplaatsen (33%) en 12 passantenplaatsen (67%). In 2012 hebben er geen overnachtingen plaatsgevonden in de jachthaven in verband met de werkzaamheden die zijn uitgevoerd aan de Loswal.

2.2.2. Dagrecreatie

Onderstaande tabel (tabel 2.3.) geeft een overzicht van de dagrecreatie in Olst-Wijhe in aanbod (aantal aanbieders) en vraag (aantal bezoeken). Om de vertrouwelijkheid van de gegevens van de individuele bedrijven te waarborgen, worden alleen uitspraken over de vraagzijde gedaan op niveau van minimaal 3 bedrijven.

Tabel 2.3. Dagrecreatie Olst-Wijhe

Verblijfscategorie	Aantal aanbieders	Aantal bezoeken
Attracties	2	25.000 ⁶
Evenementen	3	56.400
Musea en bezienswaardigheden	12	99.350
Bezoekerscentra	3	26.650
Routegebonden buitenrecreatie	-	157.083
Watersport	1	- ⁷
Wellness ⁸	0	0

Attracties

Olst-Wijhe telt 2 attracties: Uitspanning De Lepelaar waar bezoekers van het restaurant allerlei activiteiten kunnen ondernemen en Kinderspeelpaleis Ballorig. Van beide attracties is niet bekend hoeveel bezoekers zij in 2012 getrokken hebben. Op basis van marktkennis is het bezoekersaantal geschat op 25.000.

Evenementen

In Olst-Wijhe worden jaarlijks vele (kleinschalige) evenementen georganiseerd die doorgaans een lokale functie hebben. In dit onderzoek zijn alleen de evenementen met minimaal 5.000 bezoekers of met regionale aantrekkingskracht meegenomen. In Olst-Wijhe zijn dat er drie: de Olster jaarmarkt, de Wiejese Diekdaegen en de jaarlijkse IJsseltheaterfietstocht. Gezamenlijk trekken deze evenementen circa 56.400 bezoekers.

⁵ Cijfers over 2012 zijn nog niet bekend.

⁶ Betreft een schatting.

⁷ In verband met vertrouwelijkheid niet weergegeven, wordt wel in de raming van de economische betekenis meegenomen onder de categorie attracties.

⁸ Tijdens het onderzoek bleek dat de enige aanbieder in deze categorie meer onder de paramedische en preventieve zorg valt dan onder toerisme. Deze aanbieder is daarom niet meegenomen in dit onderzoek.

Musea en bezienswaardigheden⁹

Binnen de gemeentegrenzen van Olst-Wijhe liggen 11 musea en bezienswaardigheden, waaronder kasteel 't Nijenhuis, Havezate de Haere, het Geologisch Streekmuseum De IJsselvallei, de IJsselliniebunkers en De Wijhese Molen. Gezamenlijk zijn deze 11 musea en bezienswaardigheden in 2012 bijna 100.000 keer bezocht. Vooral 't Nijenhuis heeft hierin een zeer groot aandeel.

Bezoekerscentra en buitenactiviteiten

Onder deze categorie vallen het infocentrum IJssel Den Nul, stichting De Grote Ezel die ezelwandelingen verzorgt en Paardenkracht Salland die huifkartochten in de omgeving organiseert. In 2012 zijn deze voorzieningen door circa 26.650 mensen bezocht.

Routegebonden buitenrecreatie

Op basis van gegevens uit het ContinuVrijeTijdsonderzoek (CVTO) voor heel Overijssel en het aandeel (oppervlakte) natuur in Olst-Wijhe is het aantal wandel- en fietstochten in de gemeente geraamd. Voor 2012 komt dit uit op circa 157.000 bezoeken. Het aantal wandel- en fietstochten ligt ongeveer 40% hoger dan gemiddeld in Overijssel.

Watersport

Olst-Wijhe heeft één bedrijf in de watersport 'Waterskischool Eijkelhof'. In verband met vertrouwelijkheid van de gegevens worden geen bezoekersaantallen gerapporteerd.



2.3. Economische betekenis recreatie en toerisme

Op basis van bovengenoemde input is met behulp van de methodiek van het ZKA Impactmodel de economische betekenis, uitgedrukt in bestedingen en werkgelegenheid, geraamd. Voor verschillende soorten toeristen en dagrecreanten zijn bestedingsprofielen samengesteld op basis van het CVTO, waardoor een verdeling van bestedingen in categorieën/sectoren ontstaat. Voor het berekenen van de directe werkgelegenheid (het aantal banen dat direct voortkomt uit de betreffende besteding) worden deze bestedingen (na correcties voor inkoop en BTW/accijns) met een arbeidscoëfficiënt (bron: CBS) vermenigvuldigd. De indirecte werkgelegenheid wordt vervolgens bepaald aan de hand van een multiplier en komt met name terecht bij toeleveranties (productiemiddelen, bouwnijverheid, dienstverleners, zoals banken, verzekeringsmaatschappijen, wasserij, etc.) die nodig zijn om de afzet in de diverse sectoren te kunnen realiseren. Een verdere toelichting van de methodiek is opgenomen in bijlage 3.

⁹ Galerijen, ateliers en kerken maken geen onderdeel uit van deze categorie. Dit zijn vaak geen bestemmingsgerichte activiteiten maar maken onderdeel uit van een wandel- of fietstocht (worden in die categorie in de bestedingen meegenomen). Daarnaast zijn ze beperkt toeristisch geopend en heffen geen entree, waardoor ze weinig economische betekenis hebben.

Bestedingen en werkgelegenheid

De bestedingen die voortvloeien uit toerisme en recreatie Olst-Wijhe bedroegen in 2012 ongeveer € 8 miljoen. Van de toeristisch-recreatieve bestedingen in Olst-Wijhe vloeit het merendeel (ruim € 4,4 miljoen, ofwel 55%) voort uit verblijfstoerisme en 45% uit het dagrecreatie (€ 3,6 miljoen). Dit gaat gepaard met een werkgelegenheid (zowel direct als indirect) van ruim 100 FTE. Een overzicht naar toeristisch-recreatieve categorieën is opgenomen in tabel 2.4.

Tabel 2.4. Economische betekenis toerisme Olst-Wijhe 2012⁹

Categorie	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
Verblijfstoerisme	€ 4.450.100	55
Dagtoerisme	€ 3.573.300	47
Totaal	€ 8.023.400	102

Tabel 2.5. geeft een weergave van de toeristisch-recreatieve bestedingen in de regio verdeeld over de diverse sectoren. Hieruit blijkt dat meeste bestedingen in de logies en horeca terecht komen.

Tabel 2.5. Toeristisch-recreatieve bestedingen naar sector 2012¹⁰

Sector	Olst-Wijhe	Aandeel
Logies	€ 2.014.200	25%
Horeca	€ 1.930.700	24%
Detailhandel	€ 896.000	11%
Entree	€ 1.624.400	20%
Vervoer	€ 1.558.100	19%
Totaal	€ 8.023.400	100%

Van de werkgelegenheid komen de meeste arbeidsplaatsen in de horecasector terecht zoals blijkt uit tabel 2.6.

Tabel 2.6. Werkgelegenheid naar sector 2012

Sectoren	Directe werkgelegenheid (FTE)
Logies	17
Horeca	22
Detailhandel ¹¹	5
Entree	15
Vervoer	6
Overig ¹²	8
Directe werkgelegenheid	74
Indirect werkgelegenheid	29
Totaal ¹³	102

¹⁰ Afgerond op honderdtallen.

¹¹ Dit betreft werkgelegenheid dat voorkomt uit bestedingen van toeristen en dagrecreanten, bijvoorbeeld boodschappen tijdens een verblijf in Olst-Wijhe. Recreatief winkelen op zichzelf is niet als dagrecreatieve categorie meegenomen in dit onderzoek is in dit cijfer niet inbegrepen.

¹² De "sector" overig is opgenomen vanwege de correctie voor de inkoopcomponent. Het aandeel 'inkoop' van de verschillende sectoren levert immers geen werkgelegenheid op in de desbetreffende sector, maar genereert voornamelijk werkgelegenheid bij de groot- en tussenhandel en producenten van levensmiddelen en non-food. Deze werkgelegenheid is opgenomen als 'overig'.

¹³ De bedragen in de tabel zijn afgerond op 1 FTE.. Hierdoor kunnen kleine afrondingsverschillen in de tabel ontstaan.

De totale werkgelegenheid in de sector is circa 100 FTE. De werkgelegenheid (in aantal banen) kan nog hoger uitvallen aangezien in de toeristisch-recreatieve sector – maar ook in de horeca en detailhandel – veel met seizoensarbeid en deeltijdarbeid wordt gewerkt. De berekende 102 FTE komen daardoor overeen met 140-145 banen¹⁴.

De totale werkgelegenheid in Olst-Wijhe is 5.570 banen (LISA, 2011). Dit betekent dat de toeristisch-recreatieve sector een aandeel van 2,6% heeft in de totale werkgelegenheid. Overigens kan worden opgemerkt dat dit aandeel relatief klein is. Landelijk ligt dit aandeel veelal op 5-6%¹⁵. Ook in vergelijking met gemeenten van soortgelijke omvang, gelegen nabij een grote stad en met niet sterk toeristisch karakter¹⁶ is de werkgelegenheid aan de lage kant; benchmark 3%.

Tot slot toont tabel 2.7. hoe de bestedingen en werkgelegenheid (FTE) over de verschillende toeristisch-recreatieve categorieën verdeeld zijn¹⁷.

Tabel 2.7. Bestedingen en werkgelegenheid naar categorie, 2012

Categorieën	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
B & B's ¹⁸	€ 215.500	3
Campings toeristisch	€ 296.100	4
Campings vast	€ 854.200	11
Vakantiewoningen/appartementen	€ 278.100	4
Groepsaccommodaties ¹⁹	€ 2.806.200	35
Jachthaven passanten	€ 0	0
Jachthaven vast	€ 0	0
Totaal verblijfstoerisme	€ 4.450.100	55
Attracties en watersport	€ 430.700	6
Evenementen	€ 998.300	14
Musea en bezienswaardigheden	€ 1.152.500	14
Bezoekerscentra	€ 127.900	2
Routegebonden buitenrecreatie	€ 864.000	11
Totaal dagtoerisme	€ 3.573.300	47
Totaal²⁰	€ 8.023.400	102

Binnen het verblijfstoerisme hebben de groepsaccommodaties het grootste economisch aandeel (2,8 miljoen) gevolgd door de kampeersector (ruim € 1,1 miljoen). Binnen de dagrecreatie hebben bezoek aan musea en bezienswaardigheden en bezoek aan evenementen het grootste economische aandeel (ruim € 2,1 miljoen) in recreatieve bestedingen in Olst-Wijhe.

¹⁴ Cijfers van LISA komen door het gebruik van een andere methodiek en afbakening tot een andere aantallen. LISA raamt het aantal banen in de toeristisch-recreatieve sector op 390 (7% van de totale werkgelegenheid). Hierin hanteren zij een bredere definitie van toerisme. In onze raming zijn gemeentelijke sportvoorzieningen (incl. zwembad), reisbemiddeling, groothandel en winkels in recreatieartikelen en horeca voor inwoners gemeente Olst-Wijhe niet meegenomen in de raming. Bij de raming van LISA worden deze banen wel toegerekend tot de toeristische sector.

¹⁵ De afbakening van de toeristisch-recreatieve sector kan verschillen per monitor, waardoor het aandeel toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in de totale werkgelegenheid niet altijd één op één vergelijkbaar is. Echter het aandeel van de toeristisch-recreatieve sector in Olst-Wijhe is sowieso relatief klein.

¹⁶ Benchmark gemeenten: Asten, Eersel, Oirschot, Someren, Waalre, West Maas en Waal, Groesbeek en Heumen.

¹⁷ In deze weergave zijn de categorieën attracties en watersport samengevoegd om de betrouwbaarheid van de gegevens te garanderen.

¹⁸ Het exploiteren van een B&B is vaak een neventaak voor de eigenaar, die daarnaast andere (hoofd)inkomsten heeft. Het exploiteren van een B&B is geen fulltime baan. In Olst-Wijhe zijn 21 B&B's met 2.770 overnachtingen. Dat zijn circa 130 persoonsovernachtingen per B&B, per kamer gemiddeld 2 personen, waardoor het kamerovernachtingen op gemiddeld 60-70 overnachtingen per B&B per jaar komt. Het verzorgen van 60-70 overnachtingen per jaar neemt maximaal 10% van de tijdsbesteding van een FTE in. Een raming van 3 FTE is daarmee reëel (inclusief indirecte werkgelegenheid).

¹⁹ In verband met de voorzieningen bij groepsaccommodatie Summercamp Heino en de ligging op de gemeentegrens (afvloeiing) is gerekend met een lager bestedingsprofiel.

²⁰ De bedragen in de tabel zijn afgerond op veelvouden van € 100. Hierdoor kunnen kleine afrondingsverschillen in de tabel ontstaan.

3. Trends en ontwikkelingen

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de trends en ontwikkelingen die van belang zijn voor recreatie en toerisme in Olst-Wijhe uiteengezet. Gestart wordt met de landelijke trends en ontwikkelingen (3.2). Vervolgens worden de regionale ontwikkelingen in beeld gebracht (3.3) om af te sluiten met een SWOT-analyse waarin de link tussen deze trends en ontwikkelingen en het toeristisch aanbod in Olst-Wijhe wordt gelegd.

3.2. Landelijke trends en ontwikkelingen

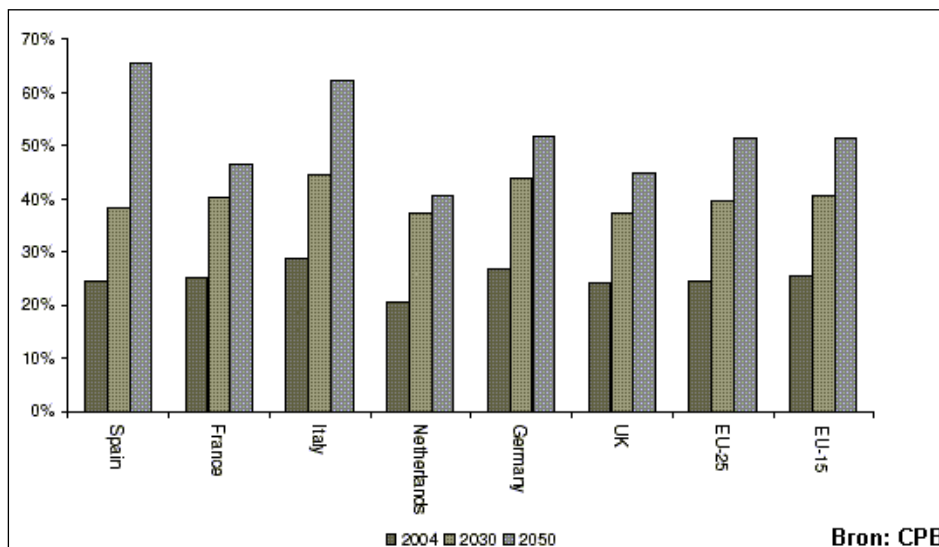
3.2.1. Algemene trends

Demografische ontwikkelingen: vergrijzing en ontgroening

Vergrijzing

Nederland zal de komende jaren in verdubbeld tempo vergrijzen. In de periode 2011-2015 komen er een half miljoen 65-plussers bij. In de afgelopen vijf jaar ging het nog om een kwart miljoen. De versnelling wordt veroorzaakt doordat de babyboomgeneraties, geboren na de Tweede Wereldoorlog (1945-1960), de komende jaren 65 worden. Tussen 2016 en 2040 komen er nog eens 1,5 miljoen 65-plussers bij. In 2040 zal het aantal ouderen zijn opgelopen tot 4,6 miljoen, ten opzichte van 2,6 miljoen nu. Na 2040 zet een daling in.

Figuur 3.1. Prognose 65+'ers ten opzichten van groep 15-64 jarigen (in %)



Ecologische ontwikkelingen: aandacht voor duurzaamheid

- *Duurzaamheid*

Waar de afgelopen jaren duurzaamheid vaak als thematische invulling werd gebruikt, zal het in de toekomst meer gaan om 'echte' duurzaamheid. Dat wil zeggen: geen 'window-dressing' of marketinginstrument, maar echte duurzame producten en bedrijfsfilosofieën. Duurzaamheid wordt voor de consument steeds meer een randvoorwaarde, waardoor het voor de aanbieders steeds minder onderscheidend vermogen kan genereren.



Sociale ontwikkelingen: steeds meer compensatie voor individualisering

- *Gezond leven en 'well-being' als lifestyle*

Reeds enige jaren is gezondheid in allerlei vormen in opkomst in het vrijetijd domein. Te denken valt aan de groei van de fitnessbranche, toegenomen aandacht voor en actieve deelname aan sportevenementen of de ontwikkeling van de wellnessbranche. De consument is zich steeds meer bewust van zijn eigen gezondheid en wil hier grip op houden. Dit kan bijvoorbeeld door preventieve 'checks' en meer aandacht voor onthaasting. Feit is dat gezond leven een levensstijl geworden is en op basis hiervan bewust keuzes worden gemaakt.



- *Individualisering t.o.v. verlangen naar sociaal contact*

Door de technologie is er een tendens van steeds minder persoonlijk contact. Afspraken worden via e-mail of social media gemaakt en winkelen wordt steeds meer online gedaan. Toch blijft er een behoefte bestaan aan persoonlijk contact, zeker met familie en (goede) vrienden ('togetherness'). Mensen krijgen als tegenbeweging van de individualisering toch weer behoefte aan persoonlijk contact, ontmoetingen, aan een gastvrije benadering.

3.2.2. Trends in leisure

Gezondheid en duurzaamheid: verantwoorde keuzes

De groep vakantiegangers die gezondheid en duurzaamheid belangrijk vindt tijdens zijn/haar vakantie is een groeimarkt. De groep heeft al een marketingnaam gekregen: Lohas (Lifestyles of health and sustainability).

Persoonlijke aandacht: 'bezoek' wordt 'de bezoeker'

'Het bezoek' wordt steeds meer 'de bezoeker'. Zowel de consument als de aanbieder hebben de behoefte om de beleving persoonlijker te maken. Geholpen door technische hulpmiddelen, ontstaan relatief eenvoudig persoonlijke belevingen en geïndividualiseerde aanbiedingen.

Togetherness: quality time in vrije tijd

Ondanks een verregaande individualisering en technologische ontwikkelingen die mensen steeds verder van elkaar lijken te vervreemden, is er ook een tegenbeweging waar te nemen, te weten een groeiende behoefte om weer samen activiteiten te ondernemen. De consument wordt daar graag een handje bij geholpen en zoekt naar vermaak dat samen kan worden beleefd en gemeenschappelijke herinneringen schept. Dit geldt voor gezinnen, maar ook steeds meer voor families en andere groepen. De omvang van vakantiehuizen neemt toe om aan de groeiende groeps grootte te kunnen voldoen en ook veel leisure voorzieningen/dagattracties richten zich steeds meer op de groepsmarkt.

Authenticiteit: op zoek naar zingeving en 'echte' beleving

In aanvulling op het voorgaande, zoekt de consument in de vrije tijd ook naar zingeving. Waar zingeving vroeger in veel gevallen een religieuze achtergrond kende, is dit tegenwoordig minder gebonden aan vaste structuren. Enerzijds gaat het dan om reflectie op het eigen leven en anderzijds om 'iets goeds' te doen voor de wereld. Dat kan door het maken van bewuste keuzes.

Nostalgie: terug naar het herkenbare

Met een groeiend aantal senioren groeit de behoefte aan nostalgie in de samenleving: men verlangt soms daadwerkelijk terug naar deze tijd of vindt het gewoon leuk om hier weer aan herinnerd te worden. Echter, niet alleen voor senioren is nostalgie in opkomst. Ook steeds meer jongeren en jong volwassenen blijken terug te grijpen op hun 'vroeger'. Er is veel interesse in recente geschiedenis die men zelf bewust heeft meegemaakt. Het herkenbare van vroeger geeft mensen houvast en een gevoel van veiligheid. In de vrijetijdsmarkt zijn daarom onder andere ook evenementen met een nostalgisch thema en musea weer in opkomst.

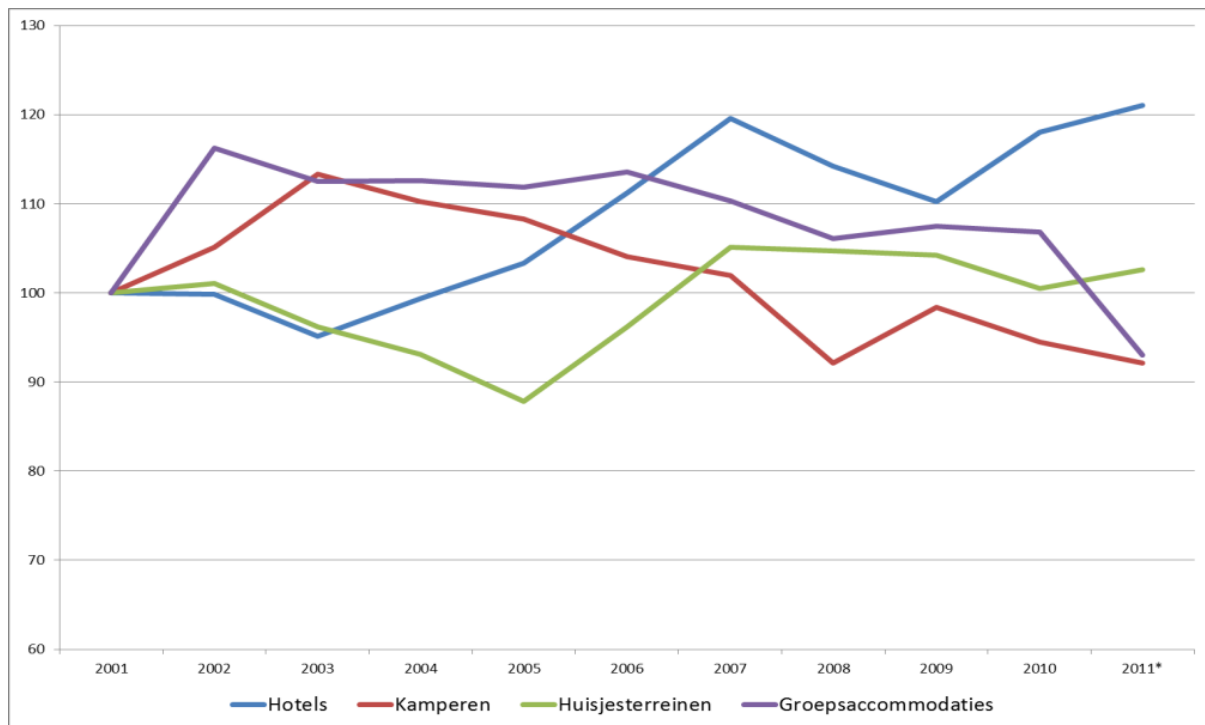


3.2.3. Ontwikkeling recreatie en toerisme

Verblijfstoerisme

In figuur 3.2. op de volgende pagina is de ontwikkeling van verblijfstoerisme in Nederland in beeld gebracht. Hieruit blijkt dat de hotelmarkt nog steeds groeiend is. Hetzelfde geldt voor de bed- en breakfastmarkt (niet zichtbaar in figuur). Het aantal B&B's in Nederland neemt sterk toe evenals de populariteit onder toeristen. De laatste jaren is de sector uitgegroeid tot een professionele sector en een aanvulling (en concurrent) voor de hotelsector.

Figuur 3.2. Ontwikkeling verblijfstoerisme



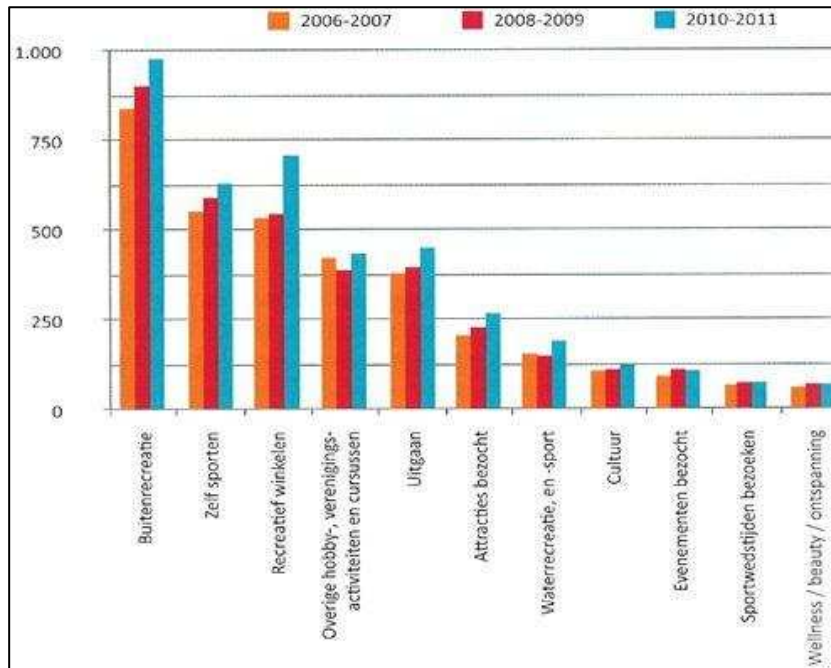
Op de kampeermarkt is een tegengestelde ontwikkeling zichtbaar. Het kampeeraanbod neemt af alsmede het aantal vakanties en het aantal overnachtingen op campings. Deze afname van overnachtingen wordt opgevangen door de groeiende markt van bungalowparken en vakantiehuisjes. De laatste 10 jaar zijn er veel nieuwe bungalowparken ontwikkeld. De consument wil steeds meer luxe en comfort op vakantie. De bungalowparken en vakantiehuizen bieden deze luxe, waardoor het aantal overnachtingen in bungalows sterk is gestegen ten koste van de campings.

De groepsaccommodaties laten een wat wisselend beeld zien. Na een groeiperiode begin 2000 en een vrij stabiele periode die daarop volgde, is in 2011 een sterke daling zichtbaar in het aantal overnachtingen.

Dagrecreatie

Figuur 3.3. geeft inzicht in de ontwikkeling van dagrecreatie in de periode 2006-2011. Hieruit blijkt dat bijna alle dagrecreatieve activiteiten zijn toegenomen in aantallen. Dit zegt echter nog niets over de bestedingen. Voor veel activiteiten (bijvoorbeeld buitenrecreatie en recreatief winkelen) lopen de bestedingen per persoon per dag terug.

Figuur 3.3. Ontwikkeling dagrecreatie (x mln)



Buitenrecreatie (wandelen, fietsen etc.) is de grootste dagrecreatieve activiteit in Nederland. Recreatief winkelen staat op de tweede plaats van meest ondernomen activiteiten en heeft in de periode 2010-2011 een sterke toename in aantallen doorgemaakt. Zelf sporten sluit de top drie af.

3.3. Regionale ontwikkelingen

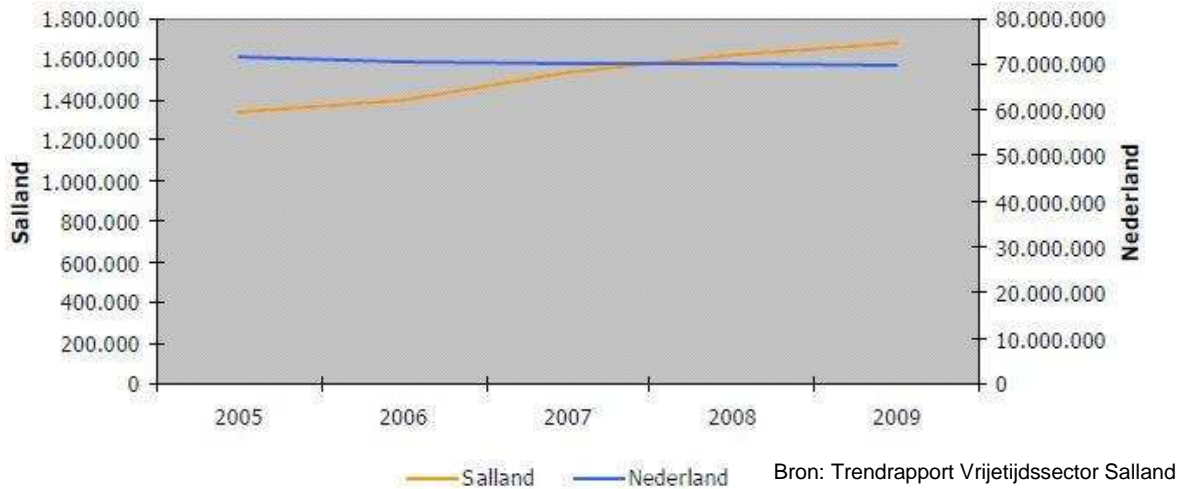
Olst-Wijhe maakt deel uit van de toeristische regio Salland. In mei 2010 is het Trendrapport Vrijtijdssector Salland verschenen waarin de cijfers, trends en ontwikkelingen van de vrijetijdssector in Salland inzichtelijk zijn gemaakt.

Verblijfstoerisme

Nederlanders brengen jaarlijks gemiddeld ongeveer 274.000 toeristische vakanties Salland door. Daarnaast worden er circa 62.000 vakanties doorgebracht op vaste standplaatsen. Het aantal toeristische vakanties in Salland nam in de periode 2005-2007 sterker toe dan in de rest van Nederland, evenals het aantal toeristische overnachtingen (figuur 3.4.). In totaal nam het aantal binnenlandse toeristische vakanties in Salland toe tot ongeveer 1,6 miljoen overnachtingen.

Salland is met name populair onder stellen van 55 jaar en ouder zonder kinderen en gezinnen met kinderen jonger dan 6 jaar. Zij zijn met name afkomstig uit de provincie Zuid-Holland (28%), Noord-Holland (16%) en Gelderland (14%). Salland (Overijssel) is bij de buitenlandse vakantiegangers vooral populair onder Duitsers (36% van buitenlandse gasten) en Belgen (20%).

Figuur 3.4. Ontwikkeling overnachtingen tijdens binnenlandse toeristische vakanties



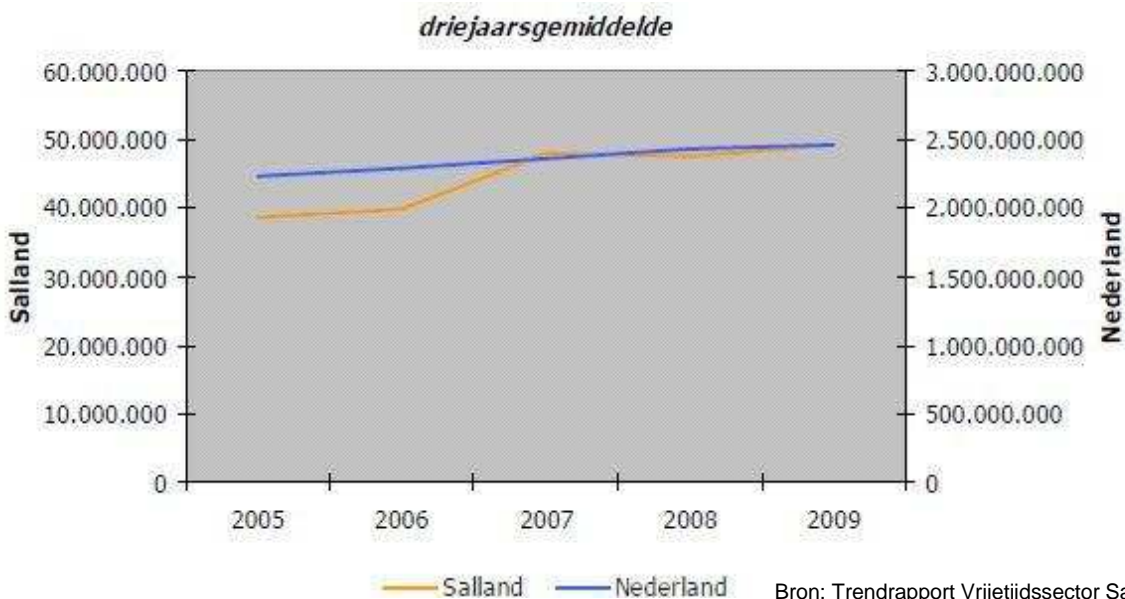
Dagrecreatie

In Salland worden jaarlijks bijna 48 miljoen vrijetijdsactiviteiten ondernomen. De vakantiegangers in Salland maken graag fiets- en wandeltochten of bezoeken een natuurgebied. Populaire musea, evenementen en recreatiegebieden zijn: Sallandse Heuvelrug (1.130.000 bezoekers), Stoppelhaene (200.000 bezoekers) en het Dickens Festijn in Deventer (160.000 bezoekers). Deze top drie zag haar bezoekersaantal in 2006 – 2008 vrij stabiel blijven of licht toenemen. Ook recreatief winkelen is populair onder vakantiegangers. Het is echter aannemelijk dat een groot deel van het winkelen plaatsvindt in Deventer gezien het winkelaanbod.

Economische betekenis

De totale bestedingen tijdens binnenlandse toeristische vakanties in Salland zijn in de periode 2007 – 2009 toegenomen en komen gemiddeld uit op € 48 miljoen per jaar. Landelijk is de toename in bestedingen minder sterk, zoals zichtbaar is in figuur 3.5. De bestedingen van buitenlandse toeristen zijn niet bekend op het niveau van Salland. De bestedingen van gasten op vaste standplaatsen wel en deze worden geraamd op € 3,4 miljoen per jaar. Tot slot worden de bestedingen van dagrecreanten in Salland geschat op € 500 miljoen. De totale bestedingen komen daarmee op ruim 550 miljoen (excl. bestedingen door buitenlandse toeristen).

Figuur 3.5. Ontwikkeling bestedingen tijdens binnenlandse toeristische vakanties



Ook de werkgelegenheid in de vrijetijdssector steeg in deze periode van 5.230 banen in 2005 naar 5.540 banen in 2009, een toename van 5,9%. Deze toename ligt onder het provinciaal (8,9%) en het landelijk gemiddelde (7,9%). In totaal ligt 5,6% van de totale werkgelegenheid in Salland in de vrijetijdssector. Dat is ongeveer gelijk aan het aandeel van deze sector in de totale werkgelegenheid in de provincie (5,8%) en in Nederland (5,9%).

3.4. Sterkte-zwakteanalyse

Aan de hand van een sterkte-zwakteanalyse zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de toeristische ontwikkeling van Olst-Wijhe in beeld gebracht. Deze analyse is uitgevoerd op basis van de beschreven trends en ontwikkelingen, locatiebezoeken in Olst-Wijhe en gesprekken met diverse vertegenwoordigers van de toeristische sector in Olst-Wijhe. In figuur 3.6. is de sterkte-zwakteanalyse bondig weergegeven.

Figuur 3.6. Sterkte-zwakteanalyse

<p>Sterktes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gunstige ligging en bereikbaarheid • Landschap: kwaliteit en afwisseling • Rijke cultuurhistorie • Rust en ruimte / onthaasten • Gemoedelijkheid 	<p>Zwaktes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kleinschalig en weinig trekkers • Niet-bedrijfsmatig geëxploiteerd • Veel dichtbij, maar horen nergens écht bij
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betaalbaar 'dagje uit' • Vergrijzing • Behoefte rust en opladen • Herontdekking rivier • Authenticiteit • Storytelling 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurrerende markt en sterke omgeving • Zwakke economie • Schaalvergroting • Trek naar de stad

Sterktes

- De gemeente is gunstig gelegen langs de IJssel tussen de steden Zwolle en Deventer en nabij de Sallandse Heuvelrug en de Veluwe. Deze ligging maakt dat Olst-Wijhe een uitstekende (potentiele) uitvalsbasis is voor verblijfstoerisme. Tevens is de gemeente goed bereikbaar voor grote delen van het land via de weg of het spoor.
- Olst-Wijhe kenmerkt zich door een aantrekkelijk afwisselend landschap van hoge kwaliteit met de IJssel en de uiterwaarden, het coulisselandschap en de diverse landgoederen. Dit landschap leent zich uitstekend voor routegebonden buitenrecreatie (wandelen en fietsen).
- De gemeente kent daarnaast een rijke cultuurhistorie met de verdedigingswerken 'de IJssellinie', kasteel 't Nijenhuis en de diverse Havezaten, zoals 'De Haere'.
- Olst-Wijhe biedt haar bezoekers rust en ruimte. Weg van de drukte om je heen, weg van alle verplichtingen. Tijd om te onthaasten. Te genieten van de rust, de natuur en het landschap om je heen.
- Tot slot kenmerkt de gemeente zich door gemoedelijkheid. In de kernen in Olst-Wijhe hangt een ongedwongen, rustige en vriendelijke sfeer.

Zwaktes

- Het bestaande aanbod in Olst-Wijhe is kleinschalig en er zijn weinig 'trekkers' voor bezoekers van buiten de gemeente. Dit geldt zowel voor dagrecreatie als voor verblijfstoerisme.
- Deze kleinschaligheid maakt dat de meeste bedrijven als nevenactiviteit en vaak niet-bedrijfsmatig worden geëxploiteerd. De toeristische sector in Olst-Wijhe heeft een hoog 'hobbymatig' karakter en er zijn weinig grootschalige toeristische bedrijven die Olst-Wijhe op de kaart kunnen zetten.

- Olst-Wijhe wordt omringd door toeristische gebieden. Veel is dan ook dichtbij, maar zelf hoort Olst-Wijhe nergens écht bij. Het maakt deel uit van de regio Salland, met daarin de sterke merken Deventer en de Sallandse Heuvelrug, waardoor het moeilijk is voor Olst-Wijhe om zich binnen Salland sterk neer te zetten. Veel mensen hebben geen duidelijk beeld bij Olst-Wijhe.

Kansen

- De huidige economische tijd zorgt ervoor dat mensen meer op zoek zijn naar een betaalbaar 'dagje uit'. Het aanbod in Olst-Wijhe sluit hier op aan, gezien de mogelijkheden voor routegebonden buitenrecreatie en de cultuurhistorische attracties die vaak gratis of voor een klein bedrag toegankelijk zijn.
- De vergrijzing neemt in de komende jaren nog verder toe. Deze doelgroep heeft relatief veel tijd en geld en hun vrijetijdsbesteding sluit goed aan bij het aanbod en de kernkwaliteiten van Olst-Wijhe.
- Mensen hebben in hun vrije tijd steeds meer behoefte aan rust. Olst-Wijhe biedt hiervoor het perfecte decor, maar weet dit nog onvoldoende te benutten.
- De laatste jaren is de rivier/ het water herontdekt als decor maar ook in gebruik voor recreatie en toerisme. In de huidige situatie wordt nog onvoldoende gebruik gemaakt van de nabijheid van de IJssel.
- Toeristen en recreanten zijn op zoek naar nieuwe gebieden die zij kunnen verkennen. Gebieden die authentiek zijn en waar nog geen sprake is van massatoerisme. Olst-Wijhe is zo'n gebied wat authentiek is.
- Storytelling en beleving spelen een steeds grotere rol in de toeristische sector. Mensen zijn op zoek naar het verhaal/de geschiedenis achter een attractie/een route of monument. Olst-Wijhe heeft een rijke historie met bijzondere verhalen waarmee zij dagjesmensen of toeristen kan aantrekken.

Bedreigingen

- Olst-Wijhe ligt in een sterk gebied waarin verschillende regio's/gemeenten en steden met elkaar concurreren om de toerist. Alle regio's plegen extra inspanningen en doen forse investeringen om de toerist naar hun gemeente te trekken. Olst-Wijhe moet hiermee concurreren en dat is lastig.
- Ook de komende jaren blijft de landelijke economie zwak, waardoor er weinig investeringskracht is bij bedrijven en gemeenten. Deze investeringskracht heeft Olst-Wijhe wel nodig om het toerisme op een hoger niveau te krijgen.
- Ook in de toeristisch-recreatieve sector is er sprake van schaalvergroting: bedrijven worden steeds groter om winstgevend te kunnen blijven. Olst-Wijhe kenmerkt zich juist door kleinschaligheid, de vraag is dan ook of deze grootschaligheid past bij de maat en schaal van Olst-Wijhe.
- Voor recreatief winkelen en uitgaan, twee van de grotere vrijetijdsbestedingen in Nederland, trekken mensen steeds meer naar de stad. Gezien de nabijheid van zowel Deventer als Zwolle, kan dit als een bedreiging worden gezien voor Olst-Wijhe.



4. Toeristisch beleid en organisatie

4.1. Inleiding

In hoofdstuk twee en drie is de toeristische sector in Olst-Wijhe beschreven. Dit hoofdstuk gaat in op het beleid dat de afgelopen jaren gevoerd is door de gemeente (4.2) en de regio (4.3). Vervolgens worden de gemeentelijke organisatie en het totale toeristische-recreatie werkveld in Olst-Wijhe geschetst, evenals de gemeentelijke inzet en financiën (4.4).

4.2. Gemeentelijk beleid

In de evaluatieperiode 2008 – 2012 zijn verschillende documenten vastgesteld door de gemeenteraad waarin het beleid inzake recreatie en toerisme is vastgelegd.

Toekomstvisie Olst-Wijhe

In april 2008 heeft de gemeente een toekomstvisie voor de gemeente vastgesteld met daarin het ontwikkelingsbeeld voor Olst-Wijhe in 2025 (Versterken van een dijk van een gemeente, 2008). De gemeente positioneert zich als dynamisch gebied in de luwte tussen twee netwerksteden, waar het aangenaam wonen, werken en recreëren is. Recreatie en toerisme wordt in deze toekomstvisie, naast zorg economie, gezien als de belangrijkste groeimarkt voor Olst-Wijhe. In de huidige situatie is de sector niet sterk ontwikkeld en draagt deze slechts in geringe mate bij aan de werkgelegenheid in de gemeente. Olst-Wijhe wil het recreatieve en toeristisch profiel in de komende jaren versterken en daarmee de economie verbreden en zorgen voor meer werkgelegenheid in deze sector. Tevens kan de sector bijdragen aan het behoud van voorzieningen.

Olst-Wijhe wil zich richten op de recreant die behoefte heeft aan rust en ruimte. Aansluitend kiest de gemeente dan ook voor de combinatie van natuur & landschap en recreatie en voor kleinschalige en bijzondere vormen van verblijfsaccommodaties. Grootschalige verblijfsaccommodaties worden echter niet uitgesloten, indien het aansluit bij de landschappelijke kwaliteiten van Olst-Wijhe.

De gemeente wil zelf een faciliterende rol spelen in het versterken van het toeristisch profiel van Olst-Wijhe en beseft dat zij hierin ook afhankelijk is van initiatieven van particulieren/marktpartijen. Zij zet in op een marketingstrategie om het toeristisch bezoek aan Olst-Wijhe te vergroten en wil dit gezamenlijk oppakken met (bestaande) recreatieondernemers, andere actoren en buurgemeenten.

Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme

In november 2008 volgde het 'Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme' waarin de toekomstvisie verder is uitgewerkt en er specifieke projecten aan werden gekoppeld. Ook hierin wordt het hoge ambitieniveau van de gemeente op het gebied van recreatie en toerisme onderstreept. De gemeente wil de bestaande toeristische potentie van het gebied beter benutten en zich met name richten op de combinatie van recreatie met landschaps- en natuurontwikkeling en zich sterker profileren op kunst en cultuur. Initiatieven die hierop aansluiten wil zij ondersteunen en waar mogelijk en noodzakelijk de regie in handen nemen.

In haar profilering kiest de gemeente ervoor om aan te sluiten bij de regionale profilering van Salland.

"Salland is een streek van mooie dorpjes, de oude Hanzestad Deventer, de IJssel en Sallandse Heuvelrug, monumentale boerderijen, molens en statige herenhuizen. Een prachtige combinatie van cultuur en natuur. Een stukje Nederland dat juist door het behoud van de eigen authenticiteit een eigen specifieke charme uitstraalt. Kom en ontdek Salland met vertrouwde gastvrijheid, vriendelijke mensen en overheerlijke gerechten. Grootschalig (massa) toerisme kent Salland niet, maar wel een rijk geschakeerd kleinschalig aanbod van recreatieactiviteiten".

Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme, 2008

Binnen deze profilering onderscheidt Olst-Wijhe drie thema's, waarbij het accent op de eerste twee thema's ligt:

1. *Beleef de IJssel*
De ambitie is om de natuur- en cultuurhistorische waarden langs de IJssel meer beleefbaar te maken voor bezoekers. De omgeving van Fortmond en de Duursche Waarden moet toeristisch sterker ontwikkeld worden en ook de kernen in de gemeenten moeten zich (ruimtelijk) meer op de IJssel richten. Concreet denkt de gemeente aan de mogelijkheid om het informatiecentrum van Staatsbosbeheer richting de IJssel te verplaatsen, aan de toevoeging van een op natuur- en landschapsgerichte verblijfsaccommodatie en buitensportmogelijkheden.
2. *Kunst en cultuur op niveau*
Olst-Wijhe wil zich profileren als gemeente met (grootschalige) kunstactiviteiten op en rondom landgoederen en monumenten. Concreet wordt gedacht aan een (twee)jaarlijks grootschalig evenement met kunst op (internationaal)niveau aangevuld met lokale kunst. Dit in combinatie met 'all year round' kleinschaligere activiteiten op het gebied van kunst en cultuur.
3. *Actief genieten op het Sallandse Platteland*
De gemeente richt zich op het optimaliseren van bestaande wandel- en fietsroutes en op de promotie van deze routes. Tevens wil zij het aantal thematische routes uitbreiden en de mogelijkheden onderzoeken voor andere type routes, zoals skeeleroutes of steproutes. Tot slot wil zij (vernieuwende) initiatieven gericht op het beleven van het platteland stimuleren.

Uit deze drie thema's volgen de volgende beleidsdoelstellingen van de gemeente (verkort weergegeven):

- Ontwikkeling van verblijfsrecreatie;
- Kansen voor zorgtoerisme;
- Meer beleefbaar maken van de IJssel;
- Kernen meer betrekken bij recreatiemogelijkheden langs IJssel;
- Snelbootdienst tussen verschillende kernen langs de IJssel;
- Ontwikkeling van een horecavoorziening bij de passantenhaven in Wijhe;
- Toeristisch-recreatieve ontwikkeling van het gebied rondom Fortmond;
- Sterker profileren op het gebied van kunst en cultuur;
- Het activiteitenaanbod voor kinderen uitbreiden;
- Meer inspelen op gunstige ligging tussen Hanzesteden;
- Verbeteren, ontwikkelingen en vermarkten van routenetwerken.

Tot slot worden deze visie, doelstellingen en ambitie vertaald in een concreet actieprogramma met daarin drie grote projecten waarmee Olst-Wijhe zich toeristisch op de kaart wil zetten. Deze projecten moeten gezamenlijk 50 FTE aan extra werkgelegenheid opleveren. Daarnaast heeft de gemeente 24 'basisprojecten' die worden gezien als minimaal noodzakelijk pakket aan maatregelen die een optimaal functioneren van de toeristisch-recreatieve sector in Olst-Wijhe mogelijk moet maken, zie bijlage 2.

Drie hoofdprojecten:

1. *Toeristisch-recreatieve ontwikkeling omgeving Fortmond*

- Toelichting: Onderzoek naar de mogelijkheden voor de ontwikkeling van een kwalitatief hoogwaardige vorm van verblijfsaccommodatie (natuurbungalowpark en/of landschapscamping) gecombineerd met jachthaven.
- Omvang: Totale oppervlakte 11 hectare.
- Termijn: Onderzoek op korte termijn en ontwikkeling op middellange tot lange termijn.
- Rol gemeente: Inzet ambtelijke capaciteit voor aanjagen project en externe advieskosten haalbaarheidsonderzoek.
- Opbrengst: 20 -25 extra (directe en indirecte) arbeidsplaatsen.

2. Ontwikkeling bungalowpark

- Toelichting:** Ontwikkeling van kwalitatief hoogwaardig, kleinschalig bungalowpark (bij uitblijven bungalowpark bij Fortmond) met duidelijke thematiek op unieke locatie midden in natuur en/of cultuurhistorie.
- Omvang:** 5 hectare, 100 bungalows
- Termijn:** Onderzoek middellange tot lange termijn en ontwikkeling lange termijn.
- Rol gemeente:** Initiërend en voorwaarde stellend via gemeentelijk instrumentarium. Indien het project niet op gang komt is de zij bereid grond aan te kopen voor ontwikkeling.
- Opbrengst:** 15 – 20 (directe en indirecte) arbeidsplaatsen.

3. Organisatie grootschalig kunstevenement

- Toelichting:** Stimuleren en faciliteren van een grootschalig, tweejaarlijks, meerdaags, (inter)nationaal kunstevenement op niveau op landgoederen en bij monumentale panden. Aangevuld met exposities en kunstworkshops van lokale kunstenaars
- Omvang:** Start 10.000 bezoekers uitgroeiend naar 50.000 bezoekers
- Termijn:** Organisatie korte termijn en uitvoering middellange termijn.
- Rol gemeente:** Inzet ambtelijke capaciteit voor bijdrage in organisatie en financiële bijdrage.
- Opbrengst:** 10 – 15 (directe en indirecte) arbeidsplaatsen.

Actualisatie Toekomstvisie Olst-Wijhe

In 2011 heeft de gemeente haar toekomstvisie aangescherpt op basis van actuele maatschappelijke ontwikkelingen ('Actualisatie toekomstvisie Olst-Wijhe'). De ambitie voor recreatie en toerisme blijft hierin grotendeels gehandhaafd. Wel wil de gemeente scherpere keuzes maken in doelen en fasering en het toeristisch ondernemerschap in de gemeente stimuleren. Tot slot geeft de gemeente aan dat grootschalige verblijfsrecreatie niet meer wordt nagestreefd, wegens de slechte marktomstandigheden voor dit type ontwikkeling.

Detailhandelstructuurvisie 2012-2015

Ook in de detailhandelstructuurvisie wordt een link gelegd met recreatie en toerisme. De gemeente ziet recreatie en toerisme als een economische groeimarkt die bijdraagt aan het in stand houden van het voorzieningsniveau van de gemeente. De vrijetijdsector en detailhandel kunnen elkaar versterken, bijvoorbeeld in evenementen en in de profilering en positionering van Olst-Wijhe.

Uitvoeringsprogramma Beleef de IJssel 2012-2014

Tot slot is in 2012 het uitvoeringsprogramma 'Beleef de IJssel' vastgesteld. De gemeente wil zich onderscheiden met de IJssel en heeft daarvoor diverse pijlers, met daaraan gekoppeld projecten en initiatieven, benoemd.

- **Pijler 1: De IJssellinie, Landgoed de Haere**
De gemeente onderzoekt in samenwerking met Stichting IJssellandschap en de provincie Overijssel de mogelijkheden om Olst hét centrum te maken voor alles wat er rondom de IJssellinie te beleven is.
- **Pijler 2: Olst aan de IJssel**
De gemeente zoekt naar een nieuwe haalbare bestemming voor het voormalig Olasfaterrein in Olst. Tevens richt deze pijler zich op het verder toeristisch benutten van het project Aardehuizen.
- **Pijler 3: Infocentrum IJssel Den Nul**
Gericht op uitbreiding van het informatiecentrum als hét informatiecentrum voor activiteiten en bezienswaardigheden in de regio. En het onderzoeken van de mogelijkheden voor herbesteding voor de voormalige steenfabriek aan de IJssel.
- **Pijler 4: Wijhe, van Loswal naar Langstraat**
Doel is om het centrum en de IJssel beter met elkaar te verbinden en op de kaart te Wijhe zetten.

In de verdere evaluatie wordt dit uitvoeringsprogramma niet meegenomen gezien de korte tijd tussen vaststelling door de gemeenteraad en deze beleidsevaluatie. Het uitvoeringsprogramma is volop in uitvoering.

4.3. Regionaal beleid

4.3.1. Provincie Overijssel

In dezelfde periode was in de provincie Overijssel de Uitvoeringsagenda 2008-2011 'Recreatie en Toerisme & Overijssel: wij maken er werk van!' van kracht.

Hierin onderscheidt de provincie drie speerpunten waarop zij wil focussen om de bestedingen en werkgelegenheid in de vrijetijdssector te bevorderen:

1. Waarborgen en waar nodig versterken van de Overijsselse basiskwaliteiten voor toerisme: rust, natuur en platteland, cultuur(historie), ruimte, kwalitatief hoogwaardige accommodaties en route infrastructuur;
2. Innovatie en ontwikkeling door verbinden van kwaliteiten en samenwerking zoeken aan de hand van vier thema's: wellness, natuur- en plattelandsbeleving, cultuurbeleving en proeven en ruiken.
3. Ontwikkeling en vermarkting nieuwe product-marktcombinaties en intensivering ondersteuning van promotie en marketing waarbij de toeristische merken, zoals Salland en Twente, centraal staan.

Het huidige toeristische beleid van de provincie (Kerntaak Regionale Economie 2012-2015 'Versterken, vernieuwen en verbinden') sluit nog sterk aan op het vorige beleid. De provincie heeft de ambitie geformuleerd om het marktaandeel van Overijssel op de Nederlandse vakantiemarkt van 8% anno 2012 te verhogen naar 10% in 2015. Dit gaat gepaard met 80 miljoen extra omzet en 3.000 extra banen. De provincie heeft een budget van 25 miljoen beschikbaar gesteld om te werken aan deze ambitie.

Evenals tijdens het vorige beleidsprogramma zijn de marketing en promotie en innovatie in de toeristische sector belangrijke speerpunten van de provincie.

Zes speerpunten van provinciaal beleid:

1. Versterken ondernemerschap via TEGO (Toeristische Energie Agenda Gastvrij Overijssel)
2. Investeren in marketing en promotie & versterking van de toeristische keten.
3. Investeren in programma's rondom festivals en evenementen van belang voor de vrijetijdseconomie
4. Investeren in ontwikkeling van nieuwe Product-Markt-Partnercombinaties (PMPC's)
5. Versterken beleving en kwaliteit routenetwerken
6. Innovatief Ondernemen: Innovatief Ondernemen Toeristisch Overijssel (IOTO). Een meerjarenprogramma gesubsidieerd door o.a. de provincie waarbij toeristische bedrijven tegen een sterk gereduceerd bedrag advies krijgen over een meerjarenstrategie of innovatieplan voor hun bedrijf om daarmee het rendement te verhogen.

(Bron: www.overijssel.nl)

De provincie heeft naast dit beleid, gezien het belang van marketing en promotie, ook een marketingstrategie vastgesteld in het document 'Marketing Impuls Toerisme Overijssel' (MITO).

Uitgangspunten in deze strategie zijn:

- De vraag van de consument is leidend. Daarom wordt gebruik gemaakt van de lifestyle-segmentatie van de branche-organisaties verenigd in Gastvrij Nederland.
- De zes regiomerken Hanzesteden, Salland, Twente, Vechtdal Overijssel, WaterReijk Weerribben Wieden en IJsseldelta worden afzonderlijk én via gezamenlijke doelgroepcampagnes vermarkt.
- De campagnes en activiteiten richten zich op de Nederlandse, Belgische en Duitse markt en kennen een nauwe verbondenheid en betrokkenheid met de ondernemers in het gebied.
- Voor de gezamenlijke campagnes zijn drie betekenisvolle thema's geformuleerd: 'Cultuurparels' (cultuur en evenementen), 'Plezier varen' (water) en 'Het pure landleven' (actief genieten).
- Door aanscherping van de afzonderlijke merkpositioneringen wordt de variëteit in Overijssel beter zichtbaar (niet langer met z'n allen vissen in dezelfde vijver).

- Monitoring en onderzoek zijn een onmisbare schakel in de wisselwerking consument - aanbieder. Hier zal dan ook stevig op ingezet worden.
(Bron: www.overijssel.nl)

4.3.2. Salland

Recentelijk is het Sallands Bureau voor Toerisme gefuseerd met MarketingOost en is de naam veranderd in Salland Marketing. De functie van de marketingeenheid is echter overeind gebleven. Salland Marketing richt zich op productontwikkeling en promotie van de regio Salland. Als slogan hanteert zij:

“Salland Natuurlijk Gastvrij”. De kernwaarden voor Salland zijn:

- Gastvrij;
- Authentiek;
- Aanwezigheid cultureel erfgoed;
- Fiets- en wandelregio bij uitstek;
- Combinatie stad (Deventer)/platteland;
- Afwisselende natuur.

In de periode 2009-2011 heeft het thema ‘fietsen’ centraal gestaan in de activiteiten van Salland Marketing. Het beleid was erop gericht om de marketing, promotie en productontwikkeling zoveel mogelijk aan te sluiten bij het nieuw aangelegde fietsenroutenetwerk.

Het huidige beleid van Salland Marketing sluit aan op de ambities van de provincie Overijssel en heeft op basis daarvan de volgende ambities voor Salland geformuleerd (verkort weergegeven):

- Vergroten van de naamsbekendheid van Salland naar 18% spontane en 81% geholpen bekendheid;
- Meer vakantiegangers: 340.000 vakantiegangers in 2015 (2012: 226.000 vakantiegangers);
- Meer overnachtingen: 1,8 miljoen overnachtingen in 2015 (2012: 1,53 miljoen overnachtingen);
- Meer bestedingen: € 62,4 miljoen in 2015 (2012: € 50 miljoen);
- Meer banen: 5.970 banen in 2015.

Om dit te realiseren richt Salland Marketing zich op drie thema's:

1. De Smaak van Salland; meer verbindingen tussen Sallandse horeca en regionale streekproducten.
2. Salland Actief; Salland ontdekken te voet, op de fiets, te paard, langs het water etc.
3. Cultuur in Salland; het cultureel erfgoed in Salland.

Binnen deze thema's is er extra aandacht voor De Sallandse Heuvelrug (meer verbinding tussen het nationale park en de omgeving) en de IJssel (IJssel in promotie en marketing sterker verbinden met Salland).

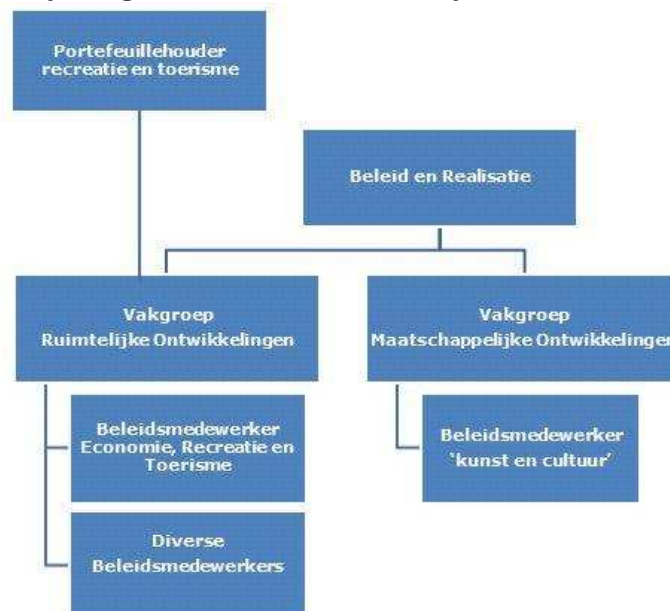
4.4. Organisatie recreatie en toerisme

4.4.1. Werkveld

Gemeentelijke organisatie

Binnen de gemeente zijn verschillende mensen actief rond het thema recreatie en toerisme, figuur 4.1. In de dagelijkse praktijk ligt de uitvoering van het beleid in handen van de beleidsmedewerker Economie, Recreatie en Toerisme vallend onder de vakgroep Ruimtelijke Ontwikkelingen. Binnen deze vakgroep is er tevens een beleidsmedewerker bezig geweest met het programma "Beleef de IJssel". Binnen de vakgroep Maatschappelijke Ontwikkelingen is een beleidsmedewerker actief op het thema 'kunst en cultuur'. Gezien het feit dat culturele evenementen ook onder recreatie en toerisme vallen, kan deze medewerker ook voor een deel tot de gemeentelijke organisatiestructuur op recreatie en toerisme worden gerekend.

Figuur 4.1. Gemeentelijke organisatiestructuur Olst-Wijhe



Partners

Naast de gemeente zijn er verschillende partners betrokken bij het toeristisch beleid van de gemeente, zoals de provincie Overijssel, MarketingOost, Recreatiegemeenschap Salland, VVV Olst, Toerist Info Wijhe en zeker niet te vergeten de toeristische ondernemers. Hieronder een korte typering van de toeristische partners.

Provincie Overijssel

De provincie Overijssel formuleert toeristisch beleid dat veelal op lokaal niveau wordt uitgevoerd. Ook speelt zij een belangrijke rol in de financiering van gebiedspromotie en in de realisatie van (ruimtelijke) projecten.

MarketingOost

MarketingOost richt zich op productontwikkeling en promotie van zes toeristische (regio)merken: IJsseldelta, WaterReijk, Weerribben Wierden, Zwolle, Vechtdal Overijssel, Salland en de Hanzesteden langs de IJssel. Zij worden grotendeels gefinancierd vanuit de provincie en gemeenten. Olst-Wijhe draagt financieel bij aan de promotie van Salland. Daarnaast heeft zij in het verleden bijgedragen aan de promotie van de Hanzesteden langs de IJssel. Deze bijdrage is in 2012 stopgezet, omdat Olst-Wijhe zelf geen Hanzestad is en weinig profijt van deze promotie heeft. Salland Marketing richt zich op de promotie en

marketing van de regio Salland. Zij brengt onder andere het gratis magazine 'Salland! Magazine' en diverse brochures, zowel op regionaal als gemeenteniveau, uit. Tevens ontwikkelt zij samen met marktpartijen arrangementen en producten. Salland Marketing vervult dan ook een zeer belangrijke rol in de promotie van de regio. Haar activiteiten zijn gericht op het op de kaart zetten van Salland, met als onderdeel daarvan Olst-Wijhe. De schaal van Olst-Wijhe is beperkt, waardoor het positief werkt om promotie op regionaal niveau op te pakken. Dat geeft meer aanbod en budget, waardoor een effectieve promotiestrategie kan worden opgezet.

Recreatiegemeenschap Salland

Recreatiegemeenschap Salland (RGS) is een gemeenschappelijke regeling tussen de gemeenten Deventer, Raalte en Olst-Wijhe (regio Salland). Deze beheert de recreatieve fietspaden en het fietsroutenetwerk in deze gemeenten. Het RGS is tevens eigenaar van de jachthaven in Wijhe en een aantal kleine dagrecreatieve voorzieningen in het buitengebied.

VVV Olst

VVV Olst is een vrijwilligersorganisatie die zich op lokaal niveau richt op de promotie van Olst-Wijhe. Zij verzorgt de informatieverstrekking, zowel online als offline, en arrangementen voor de bewoners en bezoekers van Olst-Wijhe. Zij dient, samen met het Toerist Info Wijhe, als gastheer voor de gemeente en voorziet toeristen die reeds in de gemeente zijn van informatie. Door het veranderde consumentengedrag en de digitalisering van de maatschappij is er een landelijke trend gaande waarbij de functie van de VVV steeds meer onder druk komt te staan en steeds meer VVV-kantoren sluiten of verhuizen naar een shop-in-shop-formule, met name in kleinere dorpen.

Toerist Info Wijhe

Toerist Info Wijhe richt zich als vrijwilligersorganisatie evenals de VVV Olst op promotie van Olst-Wijhe. Zij verzorgt de informatieverstrekking en arrangementen in de gemeente en bekleedt hiermee een gastheerschapsfunctie. Ook voor Toerist Info Wijhe geldt dat door het veranderde consumentengedrag en de digitalisering de functie van de organisatie onder druk komt te staan.

Marktpartijen

Uiteindelijk is het niet de gemeente, maar zijn het de toeristische bedrijven die het aanbod in de gemeente maken. Dit zijn zowel de verblijfstoeristische (B&B's, campings etc.) als dagtoeristische aanbieders (attracties, musea etc). Zij bieden de bezoekers van Olst-Wijhe vermaak en verblijf en werken individueel en gezamenlijk aan de promotie van hun bedrijf en de regio. Zij vormen dan ook de kern van de toeristische structuur in Olst-Wijhe.

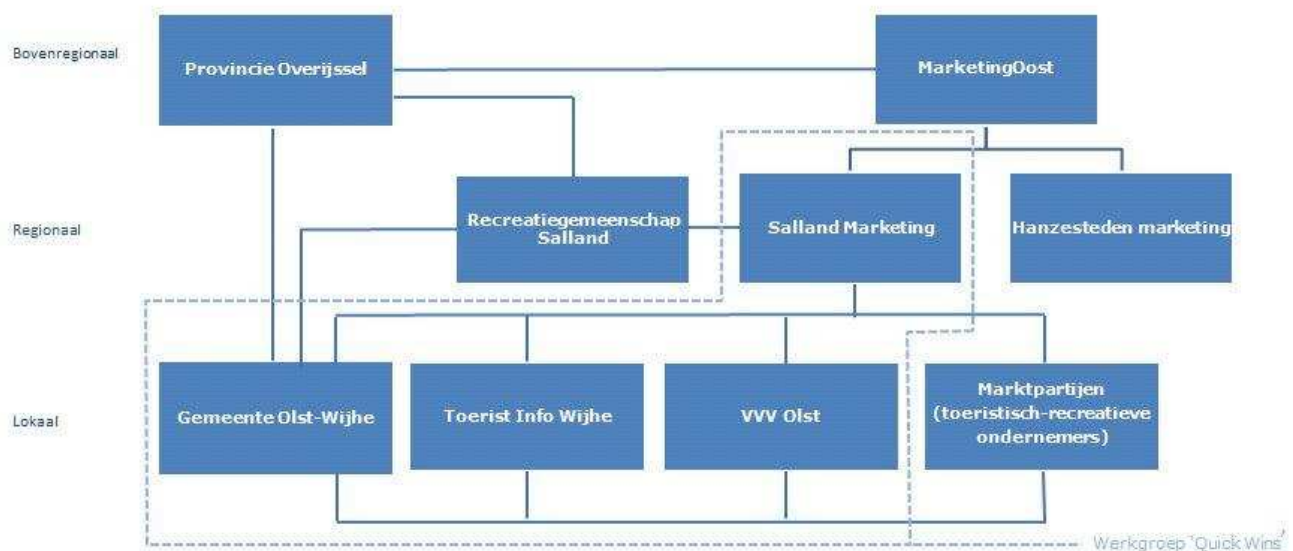
Werkgroep 'Quick Wins'

Deze werkgroep is door de gemeente geïnitieerd. De volgende partners hebben, naast de gemeente zitting in deze werkgroep: Salland Marketing, Toerist Info Wijhe, VVV Olst en Kulturhus Olst-Wijhe. De werkgroep richt zich op het realiseren van korte termijn kleine resultaten voor de toeristische sector. Bijvoorbeeld het opzetten van arrangementen rondom de nieuwe ontwikkeling van de Aardehuizen in Olst.



Figuur 4.2. geeft een overzicht van de verschillende partners in het toeristisch werkveld van Olst-Wijhe²¹.

Figuur 4.2. Huidige organisatiestructuur recreatie en toerisme Olst-Wijhe



4.4.2. Gemeentelijk instrumentarium

Onderstaand is de gemeentelijke inzet voor het uitvoeren van het beleid in uren en in financiën in beeld gebracht:

Uren

Tabel 4.1. geeft een beeld van de gemeentelijke inzet voor toerisme en recreatie in 2012 excl. de herstructurering van de Loswal. De medewerker Economie, Recreatie en Toerisme is verantwoordelijk voor de dagelijkse uitvoering van het toeristisch beleid van de gemeente en heeft de grootste ureninzet. Circa 65% van de uren wordt grofweg besteed aan recreatie en toerisme. De vakgroep Maatschappelijke Ontwikkelingen besteedt jaarlijks 500 uur aan 'kunst en cultuur, waarvan 2/3 deel aan culturele evenementen die ook tot de toeristische sector kunnen worden gerekend. Tevens is in 2012 het uitvoeringsprogramma 'Beleef de IJssel' geschreven en het projectplan voor De Haere/IJssellinie. Tot slot is de herstructurering van de Loswal een grootschalig eenmalig project van de gemeente in 2012. De totale ureninzet voor de Loswal is onbekend.

Tabel 4.1. Gemeentelijke ureninzet recreatie en toerisme (46 effectieve werkweken)

	Aantal uur 2012
Medewerker Economie, Recreatie en Toerisme	960
Beleef de IJssel	340
Vakgroep Maatschappelijke Ontwikkelingen	335
Totaal	1.635

²¹ De Stichting Kulturhus Olst-Wijhe ontbreekt in dit overzicht als partner in de werkgroep 'Quick Wins', omdat deze stichting niet sec een toeristische organisatie is. De Stichting Kulturhus Olst-Wijhe is echter wel actief betrokken bij de werkgroep. Daarnaast zal de subsidierelatie tussen de provincie en Recreatiegemeenschap Salland in de toekomst worden stopgezet.

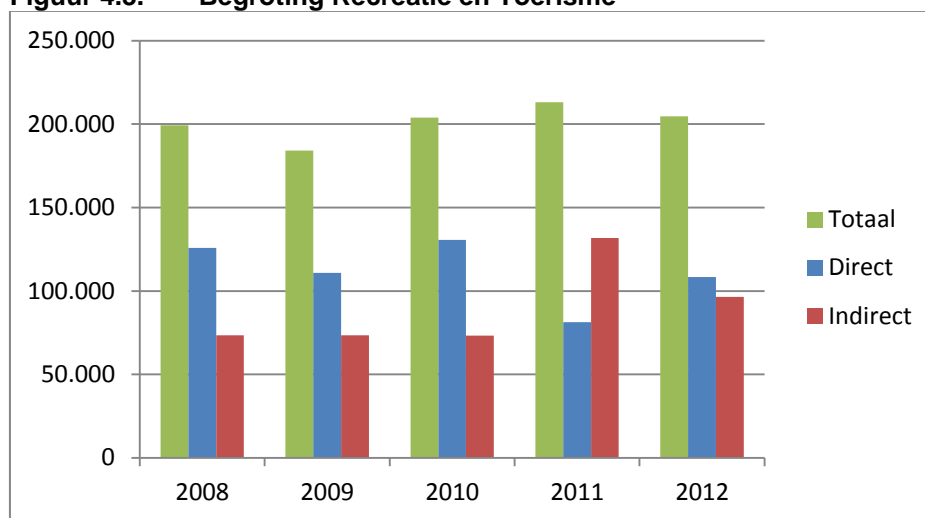
Het schrijven van het uitvoeringsprogramma 'Beleef de IJssel' en de herstructurering van de Loswal zijn eenmalige projecten, waardoor de structurele jaarlijkse inzet in de periode 2008 -2012 geraamd wordt op ruim 1.600 uur oftewel 1 FTE per jaar.

Financiën

Kosten

Figuur 4.3. geeft een overzicht van de gemeentelijke begroting van Olst-Wijhe op recreatie en toerisme. De gemiddelde kosten 2008 -2012 liggen op circa € 200.000. Het grootste deel van de directe kosten uit de begroting zijn structurele bijdragen aan bijvoorbeeld het VVV, Salland Marketing en het Recreatieschap Salland (zie tabel 4.2.). De indirecte kosten zijn personele kosten van de verschillende gemeentelijke diensten die toegerekend worden aan recreatie en toerisme.

Figuur 4.3. Begroting Recreatie en Toerisme



Tabel 4.2. Directe kosten Recreatie en Toerisme

	Bijdrage 2012
Bijdrage projecten instellingen ²²	€ 26.883
Bijdrage VVV	€ 7.395
Bijdrage Hanzesteden ²³	€ 0
Bijdrage Salland Marketing	€ 7.000
Bijdrage rustpunten	€ 1.600
Recreatiegemeenschap Salland	€ 37.000
Advieskosten ²⁴	€ 29.150
	€ 109.028

In 2008 is er eenmalig een aanjaagbudget toegekend door de gemeenteraad van € 29.150 (circa €10.000 per thema). In eerste instantie was dit budget bestemd voor haalbaarheidsonderzoeken voor de drie thema's. Die onderzoeken bleken niet nodig, waardoor het budget is doorgeschoven. Een deel van dit budget is nu opnieuw gelabeld voor bepaalde projecten, zoals inzichtelijk is gemaakt in tabel 4.3.

²² Circa € 8.000 per jaar komt ten goede aan de subsidie van de evenementenladders. Het overige budget is 'vrij' te besteden aan projecten/instellingen.

²³ De bijdrage aan de Hanzesteden is per 2012 stopgezet. Voorheen werd € 5.000 per jaar bijgedragen door de gemeente.

²⁴ Eenmalige kosten (alleen in 2012).

Tabel 4.3. Verdeling aanjaagbudget recreatie en toerisme

Culturele programmering De Haere	€ 10.000
60-jarig bestaan IJssellinie	€ 5.000
Recreatieve herinrichting Olasfa-terrein	€ 5.000
Signing vanaf de IJssel	€ 5.000
Nog niet bestemd	€ 4.150
Totaal	€29.150

De projectbudgetten voor de 24 kleine projecten uit het ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme zijn niet toegekend. Hiervoor is kortom geen extra budget toegewezen. Voor het incidenteel steunen van projecten is echter wel budget beschikbaar, circa € 19.000 per jaar.

Herontwikkeling Loswal

Voor de ontwikkeling van het programma "Wijhe en OverIJssel" is in februari 2011 een krediet beschikbaar gesteld van 5,3 miljoen euro. De helft van dit bedrag (2,65 miljoen euro) komt voor rekening van de gemeente. De andere helft (2,65 miljoen euro) wordt door de provincie betaald in het kader van de IMG-gelden. Binnen dit budget was een bedrag van 0,8 miljoen euro opgenomen voor de ontwikkeling van de Loswal (0,1 miljoen voor de jongerenontmoetingsplek en 0,7 miljoen voor de herinrichting van de Loswal). Bij de ontwikkeling van de Loswal waren er tegenvallers in de sfeer van de aanbesteding en bodemvervuiling. Echter binnen het totale project "Wijhe en OverIJssel" zijn aanbestedingsvoordelen behaald, waardoor de totale investering binnen het beschikbaar gestelde budget van 5,3 miljoen euro blijft.

Andere beleidsvelden

De gemeente heeft vanuit andere beleidsvelden ook incidenteel geld in recreatie en toerisme gestoken. Dit geldt met name voor de realisatie van Infocentrum Den Nul waarbij de gemeentelijke last is geraamd op € 265.000 in 2010. Tevens is er sprake van een structurele bijdrage aan de exploitatie van het infocentrum. In 2010 was dit € 18.000 in 2011 € 28.875 en € 43.125 in 2012. Ook in de komende jaren loopt deze bijdrage door (€ 36.000). Tot slot wordt ook vanuit de vakgroep Fysieke Infrastructuur geld geïnvesteerd in recreatie en toerisme onder het product 'natuur en landschap'. Hoe groot de bijdrage was die specifiek aan recreatie en toerisme kan worden toegeschreven, is niet bekend.

Baten

De gemeente heeft jaarlijkse inkomsten uit toerisme via de toeristenbelasting. De toeristenbelasting is een algemeen dekkingsmiddel van de gemeente en komt dus niet direct ten goede van de toeristische sector. De opbrengsten komen echter wel voort uit deze sector en daarom in deze rapportage meegenomen onder baten. De gegevens over 2012 zijn in onderstaand overzicht niet meegenomen. Figuur 4.4. geeft de ontwikkeling van de toeristenbelasting voor de periode 2008 – 2011 weer. De inkomsten laten een dalende trend zien door een afname in het aantal toeristische overnachtingen in Olst-Wijhe. De gemiddelde jaarlijkse inkomsten 2008 – 2011 zijn circa € 54.660.

De jaarlijkse inkomsten uit havengelden (en bijbehorende camperplaatsen) komen niet ten goede aan de gemeente, maar aan Recreatiegemeenschap Salland die voorzieningen beheert en voor een deel eigenaar is van de haven van Wijhe. Deze opbrengsten worden daarom niet meegenomen onder baten.

Figuur 4.4. Opbrengsten toeristenbelasting



5. Beleidsevaluatie en -effecten

5.1. Beleidsformulering

Om te kunnen bepalen in hoeverre het beleid van de gemeente in de afgelopen jaren effect heeft gehad, is de eerste stap om te kijken naar de formulering van de benoemde projecten en beleidsdoelen. Sluit dit beleid aan bij het regionale beleid? En zijn de projecten en beleidsdoelstellingen SMART geformuleerd, zodat objectief kan worden vastgesteld of de projecten en gestelde doelen gerealiseerd/behaald zijn?

Aansluiting regionaal beleid

Het beleid van de gemeente sluit goed aan bij het regionale beleid van de provincie en Salland Marketing. De thema's en speerpunten komen grotendeels overeen. De benoemde kwaliteiten van Olst-Wijhe zijn gelijk aan de kernwaarden van Salland. Voor Olst-Wijhe is het daardoor echter ook lastig om zich te onderscheiden van de rest van Salland. Wat maakt Olst-Wijhe uniek? De regio Salland bestaat uit sterke merken waarin Olst-Wijhe haar plek moet krijgen. Deze sterke merken richten zich alle veelal op dezelfde doelgroep, waardoor Olst-Wijhe moeite heeft om zich onderscheidend te profileren.

SMART

SMART staat voor:

- **Specifiek:** Is de doelstelling eenduidig?
- **Meetbaar:** Bij welke meetbare resultaten is het doel bereikt?
- **Aanvaardbaar:** Is er draagvlak voor?
- **Realistisch:** Is het doel haalbaar?
- **Tijdgebonden:** Wanneer (in de tijd) moet het doel bereikt zijn?

Een uitwerking van de SMART-analyse van de gemeentelijke projecten is opgenomen in bijlage 5. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de beleidsdoelstellingen in het ontwikkelingsplan zijn onvoldoende SMART geformuleerd. Het is niet duidelijk welk concreet doel de gemeente nastreeft met haar toeristisch beleid. Welk effect wil de gemeente in de samenleving bereiken? De gemeente zet in op het versterken van het toeristisch-recreatief profiel vanwege het belang voor de werkgelegenheid, de regionale economie en de draagvlak voor het lokale voorzieningenniveau. Dit doel moet verder geëxpliciteerd en gekwantificeerd worden, bijvoorbeeld door een bestedingengroei en werkgelegenheidsgroei te formuleren als ambitie (voorbeeld: beleid provincie Overijssel). Dat vergroot het inzicht over de werkelijke bereikte resultaten.

Daarnaast sluiten de drie benoemde grote projecten (toeristisch-recreatieve ontwikkeling Fortmond, ontwikkeling bungalowpark en organisatie grootschalig kunstevenement) niet optimaal aan op de drie thema's (Beleef de IJssel, Kunst en Cultuur op niveau en Actief genieten op het Sallandse Platteland). De grote projecten richten zich met name op het realiseren van verblijfsaccommodaties, met uitzondering van het grootschalig kunstevenement, terwijl de thema's veel meer gericht zijn op dagrecreatie.

Tot slot zijn de ambities van de gemeente hoog. De gemeente wil meer werkgelegenheid, in totaal +50% (nu circa 100 FTE, toekomst +50 FTE door grootschalige projecten) en bestedingen in de toeristische sector en daarvoor zijn grootschalige accommodaties nodig. Tegelijkertijd spreekt de gemeente in haar toekomstvisie over kleinschalige en bijzondere vormen van verblijfsaccommodaties, al sluit zij grootschalige accommodaties niet uit. Toch lijkt hier sprake van enige tegenstrijdigheid. Als de gemeente de ambitie heeft om significant meer bestedingen en werkgelegenheid uit recreatie en toerisme te realiseren, dan moet zij zich realiseren dat kleinschalige accommodaties onvoldoende zijn om deze ambitie waar te maken.

5.2. Ontwikkeling toeristische sector 2008 – 2012

Om te bepalen in hoeverre het beleid dat de gemeente uitgevoerd heeft, effect heeft gehad op de vrijetijdssector in Olst-Wijhe is de ontwikkeling van de sector over die periode inzichtelijk gemaakt. De basis hiervoor zijn wederom de telefonische enquêtes afgenomen onder de verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven in de gemeente.

5.2.1. Ontwikkeling aanbod

Er is een toename waarneembaar in het verblijfstoeristisch aanbod in de gemeente. De capaciteit in slaapplekken steeg in de periode 2008-2012 met 5%. Deze stijging zit met name in het aanbod van slaapplekken bij bed- en breakfasts (+52%), vakantiewoningen (+11%) en groepsaccommodaties (+11%).

Het aantal aanbieders op dagtoeristisch gebied is met 30% toegenomen. Deze stijging wordt veroorzaakt door de opening van infocentrum IJssel Den Nul, diverse aanbieders van buitenactiviteiten en de opening van de Oudheidkamer 't Olster Erfgoed.

5.2.2. Ontwikkeling overnachtingen en dagbezoek

Overnachtingen

In tabel 5.1. is de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in de periode 2008-2012 weergegeven. Hieruit blijkt dat het aantal overnachtingen in 2012 9% lager lag dan in 2008.

Tabel 5.1. Ontwikkeling overnachtingen Olst-Wijhe

Verblijfstoeristische sector	2008	2012	Ontwikkeling 2008-2012
B&B	3.567	2.770	-22%
Campings	12.016	13.014	8%
Vakantiewoningen/appartementen	9.008	5.943	-34%
Groepsaccommodaties	88.699	81.932	-8%
Jachthavens	834	0	n.v.t.
Totaal	114.124	103.659	-9%

In bijna alle sectoren is het aantal overnachtingen afgenomen. Voor de jachthaven kan dit verklaard worden door de tijdelijke sluiting in verband met werkzaamheden. In de bed- en breakfastsector wordt deze afname, ondanks een toename in het aanbod, veroorzaakt door een afname in bezettingsgraad van 20% in 2008 naar 10% in 2012. Bij de vakantiewoningen en appartementen viel de bedbezetting terug van 27% naar 16%. Tot slot hadden ook de groepsaccommodaties in Olst-Wijhe te maken met een daling in overnachtingen door een afnemende bezettingsgraad. Deze daling is echt een stuk kleiner in vergelijking met de andere sectoren van 26% naar 21%. Deze bezettingsgraad voor 2012 ligt überhaupt een stuk hoger dan in de andere sectoren.

De kampeersector heeft als enige sector wel een licht positieve ontwikkeling doorgemaakt in de periode 2008-2012. Door een lichte toename in bezettingsgraad en een beperkte uitbreiding van toeristische plaatsen is het aantal overnachtingen met 8% toegenomen²⁵. Ondanks deze ontwikkeling, lijken er structureel geen mogelijkheden voor verdere groei van de kampeermarkt gezien de landelijke ontwikkeling.

Bezoek

Tabel 5.2. geeft een overzicht van de ontwikkeling van het dagtoeristisch bezoek in Olst-Wijhe. Hieruit blijkt dat het bezoek aan musea en bezienswaardigheden fors is toegenomen in de periode 2008 - 2012. Dit kan deels verklaard worden door de opening van de beeldentuin bij museum 't Nijenhuis. De

²⁵ Dit betreft de ontwikkeling tussen twee jaren (2008 en 2012). Verwacht wordt dat de kampeermarkt in Olst-Wijhe over de langere termijn en door alle jaren heen een gelijke trend aan de landelijke trend laat zien. De markt voor toeristisch kamperen neemt af.

aanbieders onder de categorie 'bezoekerscentra en buitenactiviteiten' waren nog niet geopend in 2008 waardoor hier ook een forse stijging waarneembaar is. Tot slot is ook het evenementenbezoek toegenomen met 40% en het aantal fiets- en wandeltochten met 15%.

Tabel 5.2. Ontwikkeling bezoek Olst-Wijhe

Dagrecreatie	2008	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Attracties en watersport	²⁶	-	0%
Evenementen	40.400	56.400	40%
Musea en bezienswaardigheden	42.850	99.350	132%
Bezoekerscentra en buitenactiviteiten	0	26.650	n.v.t.
Routegebonden buitenrecreatie	136.168	157.083	15%
Totaal	219.418	339.483	55%

5.2.3. Economische betekenis

Toeristisch-recreatieve bestedingen met 5% toegenomen

De toeristisch-recreatieve bestedingen in Olst-Wijhe zijn in de periode 2008-2012 toegenomen van € 7,2 miljoen tot € 8 miljoen; een stijging van 11% (zie tabel 5.3.). Deze stijging kan voor 84% door een volume-effect (meer capaciteit/meer bezoekers) verklaard worden en door 16% door hogere bestedingen per persoon per dag (prijs-effect).

Tabel 5.3. Ontwikkeling economische betekenis

Categorie	Bestedingen 2008	Bestedingen 2012	Ontwikkeling 2008-2012
Verblijfstoerisme	€ 4.674.500	€ 4.450.100	-5%
Dagrecreatie	€ 2.574.100	€ 3.573.300	39%
Totaal	€ 7.248.500	€ 8.023.400	11%

Indien de stijging van de bestedingen nader geanalyseerd wordt, blijkt dat deze stijging veroorzaakt wordt door een toename van de bestedingen in de dagrecreatie (39%). De bestedingen in het verblijfstoerisme zijn juist afgenomen tussen 2008 en 2012 met -5%. De afname van bestedingen in verblijfstoerisme (-5%) is echter minder sterk dan de afname in het aantal overnachtingen (-9%). Dit betekent dat het effect van de afname in het aantal overnachtingen deels wordt afgevlakt door een prijseffect waardoor de bestedingen minder sterk dalen.

Stijging bestedingen met name in entree en vervoer

In vergelijking met 2008 zijn de bestedingen aan entree, vervoer en horeca toegenomen. De bestedingen in de overige sectoren (logies en detailhandel) zijn echter afgenomen. Deze afname aan logies kan verklaard worden door een afname van het aantal overnachtingen in Olst-Wijhe.

Tabel 5.4. Ontwikkeling bestedingen naar sector 2008-2012

Sector	2008	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Logies	€ 2.197.000	€ 2.014.200	-8%
Horeca	€ 1.613.200	€ 1.930.700	20%
Detailhandel	€ 1.061.100	€ 896.000	-16%
Entree	€ 1.247.000	€ 1.624.400	30%
Vervoer	€ 1.130.400	€ 1.558.100	38%
Totaal	€ 7.248.500	€ 8.023.400	11%

²⁶ Bezoekersaantallen zijn in verband met de vertrouwelijkheid van gegevens niet weergegeven, maar worden wel meegenomen in de raming van de economische betekenis.

Groei dagrecreatieve bestedingen; daling verblijfstoeristische bestedingen

Zoals eerder aangegeven, zijn de verblijfstoeristische bestedingen afgenomen (-5%), terwijl de dagtoeristische bestedingen sterk zijn gestegen (+39%). Binnen het verblijfstoerisme zijn de bestedingen in bijna alle categorieën afgenomen. Uitzondering zijn de bestedingen voortvloeiend uit de kampeersector. De bestedingen voortvloeiend uit de jachthaven (tijdelijke sluiting) en vakantiewoningen zijn het sterkst gedaald. Binnen de dagrecreatie zijn de bestedingen op het gebied van musea en bezoek aan bezoekerscentra sterk gegroeid (door opening nieuwe aanbieders). Aan routegebonden buitenrecreatie (fietsen en wandelen) is in 2012 wel minder besteed dan in 2008.

Tabel 5.5. Ontwikkeling bestedingen naar categorie 2008 - 2012

Categorieën	Bestedingen 2008	Bestedingen 2012	Ontwikkeling 2008-2012
B & B's	€ 259.000	€ 215.500	-17%
Campings toeristisch	€ 244.500	€ 296.200	21%
Campings vast	€ 844.100	€ 854.200	1%
Vakantiewoningen/appartementen	€ 383.700	€ 278.100	-28%
Groepsaccommodaties	€ 2.909.300	€ 2.806.200	-4%
Jachthaven passanten	€ 21.700	€ 0	n.v.t.
Jachthaven vast	€ 12.100	€ 0	n.v.t.
<i>Totaal verblijfstoerisme</i>	<i>€ 4.674.500</i>	<i>€ 4.450.100</i>	<i>-5%</i>
Attracties en watersport	€ 430.100	€ 430.700	0%
Evenementen	€ 652.500	€ 998.300	53%
Musea en bezienswaardigheden	€ 375.000	€ 1.152.500	207%
Bezoekerscentra	€ 0	€ 127.900	n.v.t.
Routegebonden buitenrecreatie	€ 1.116.600	€ 864.000	-23%
<i>Totaal dagtoerisme</i>	<i>€ 2.574.100</i>	<i>€ 3.573.300</i>	<i>39%</i>
Totaal	€ 7.248.500	€ 8.023.400	11%

Werkgelegenheid gegroeid met 24%

Ook de werkgelegenheid die gepaard gaat met de toeristisch-recreatieve bestedingen is gegroeid (+24%) van 82 FTE naar 102 FTE. De totale werkgelegenheid in Olst-Wijhe is tussen 2008 en 2012 licht afgenomen (-1%). Het aandeel van toerisme en recreatie in de totale werkgelegenheid is hierdoor gestegen van 2,0% naar 2,6%.

5.3. Gerealiseerde projecten

Een andere factor in de effectiviteit van het beleid, is de realisatie van de benoemde projecten in het ontwikkelingsplan.

Drie hoofdprojecten

De drie hoofdprojecten uit het ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme zijn niet uitgevoerd. Dat is gezien de omvang en de termijn van dit type projecten in combinatie met de moeilijke markt waarin ontwikkelaars en investeerders een kritische houding innemen tegenover nieuwe ontwikkelingen, niet opmerkelijk. Het ontwikkelen van een camping of bungalowpark neemt vaak jarenlang in beslag en investeerders nemen alleen nog (grootschalige) projecten in overweging op zeer aantrekkelijke locaties en/of met een bijzonder concept. In SMART-termen zijn de projecten, qua omvang, locatie en tijdspad niet realistisch gezien de markt en het karakter van Olst-Wijhe.

Met betrekking tot de ontwikkeling van het bungalowpark is er wel een haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd in 2009 en hebben er diverse gesprekken plaatsgevonden waaruit vervolgacties en onderzoeken naar voren zijn gekomen. Tot een concrete ontwikkellocatie is het project echter (nog) niet gekomen.

Het derde project 'organisatie grootschalig kunstevenement' is niet gerealiseerd, maar een marktpartij heeft wel een initiatief 'in een ander jasje' genomen. Kasteel 't Nijenhuis heeft een permanente beeldentuin gerealiseerd met meer dan 75 beelden en wisselende tentoonstellingen. Dit heeft een verdubbeling van

het bezoekersaantal en de bezoekduur voor het museum opgeleverd. Een zeer geslaagd marktinitiatief. Echter door de ligging van het museum op de rand van de gemeentegrens van Olst-Wijhe en in de nabijheid van station Heino wordt een bezoek aan het museum niet altijd geassocieerd en gecombineerd met een bezoek aan Olst-Wijhe.

Kleinschalige projecten

De 24 kleine projecten uit het ontwikkelplan zijn in te delen in drie categorieën:

- Continue en jaarlijks terugkerende projecten die worden uitgevoerd;
- Gerealiseerde projecten;
- Niet gerealiseerde projecten.

Continue en jaarlijks terugkerende projecten

- Salland Magazine: het magazine wordt jaarlijks uitgegeven door Salland Marketing. Het is een continu lopend proces.
- Salland Aspergeland: diverse promotionele activiteiten rondom het thema asperges. Ook dit is een continu lopend proces getrokken door Salland Marketing.
- Overige promotie Salland: met regelmaat worden er brochures voor de promotie van Olst-Wijhe en Salland ontwikkeld. Ook wordt de website www.sallandnatuurlijkgestvrij.nl voorzien van nieuwe informatie en arrangementen. Salland Marketing trekt dit project.
- Organiseren van kunstactiviteiten op landgoederen en in andere monumentale panden: jaarlijks worden er diverse activiteiten op landgoederen georganiseerd, bijvoorbeeld de Winterfair en de culturele programmering op landgoed de Haere. Ook bij kasteel 't Nijenhuis worden regelmatig kunstactiviteiten georganiseerd door het museum.
- Ontwikkelen arrangementen: Salland Marketing heeft het voortouw in de ontwikkeling van arrangementen voor Salland en ook specifiek voor Olst-Wijhe, zoals 'Fietsen en Eten in de IJsselvallei'.
- Campagne Salland Fietsland: Wederom een activiteit dat getrokken wordt door Salland Marketing, waarbij allerlei fietsactiviteiten worden georganiseerd en gepromoot.

Gerealiseerde projecten

- Een drietal projecten zijn in elkaar vervlochten: onderzoek naar de uitbreiding wandelmogelijkheden in uiterwaarden, het struinp pad (belevingsroute/natuurpad) en het wandelroutenetwerk. Het nieuwe wandelroutenetwerk is volop in ontwikkeling en moet juli 2013 klaar zijn. Het struinp pad is onderdeel van deze ontwikkeling, maar de realisatie is deels afhankelijk van plannen van het Rijk.
- Verkenning naar ontwikkelingsmogelijkheden golf- of pitch & puttbaan: er is een onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden voor een pitch & puttbaan bij een camping in Olst-Wijhe. Wegens investeringen in de camping is de ontwikkeling van de pitch & puttbaan op een laag pitje gezet.
- Natuur- en cultuureducatieve activiteiten in en rondom informatiecentrum Duursche Waarden: Er worden verschillende activiteiten in en rondom het centrum georganiseerd. Ook worden er door de gemeente bijeenkomsten georganiseerd om de productontwikkeling rondom het infocentrum te bevorderen.
- Verkenning voor mogelijkheden voor een klimbos: Wesepe heeft een survivalbos en de survivalgroep Wesepe organiseert regelmatig evenementen. Ook is er een klimbos in ontwikkeling in Boskamp.
- IJssel, waar cultuur en natuur samenstromen (uitbreiden van het aantal belevingspunten). Het uitvoeringprogramma Beleef de IJssel is in september 2012 door de gemeente vastgesteld en men is gestart met de uitvoering hiervan. Ook is de website www.ijssel.info online waarop de belevingspunten inzichtelijk zijn gemaakt.

Niet gerealiseerde projecten

- Realiseren horecavoorziening bij de Loswal Wijhe: de Loswal is geherstructureerd en inmiddels geopend. Een horecavoorziening is nog niet gerealiseerd. De gemeente is wel in onderhandeling met enkele geïnteresseerde horecaondernemers. Potentiele exploitanten zijn door de moeilijke markt extra kritisch op locatiekeuze en zullen de locatie aan de Loswal afwegen tegen andere locaties in de omgeving.
- Budget Toeristisch Platform: het toeristisch platform is opgeheven omdat de deelnemers veelal op persoonlijke titel deelnamen. De werkgroep Quick Wins functioneert nu als een soort klankbord. De gemeente staat open voor een nieuw toeristisch platform.
- Informatiezuilen: er zijn geen informatiezuilen met folders geplaatst bij toeristische-recreatieve bedrijven in Olst-Wijhe. Wel ligt er toeristisch materiaal, op eigen initiatief van ondernemers, bij diverse aanbieders.
- Eén website met toeristische informatie Olst-Wijhe: door de stukgelopen onderhandelingen over de samenvoeging van VVV Olst en Toerist Info Wijhe is dit project stil komen te liggen. De mogelijkheden voor een gezamenlijke website zijn wel onderzocht in het kader van de werkgroep Quick Wins. Nu richt de werkgroep zich eerst op het ontwikkelen van een visie op de toekomstige taakstelling van beide instanties voordat over de samenvoeging van de websites weer wordt opgepakt.
- Diversiteit soorten routes vergroten: naast diverse wandel- en fietsroutes zijn er geen andere soorten routes ontwikkeld in Olst-Wijhe. Wel is Salland Marketing bezig met de ontwikkeling van een mountainbikenetwerk. In het kader hiervan wordt momenteel een aanlooproute voor mountainbikers uit Olst-Wijhe (inclusief technisch parcours) aangelegd, welke leidt naar het Sallandse mountainbikeroutenetwerk.
- Kinderwandelroute: Er is geen permanente (door middel van bewegwijzering) kindervandelroute ontwikkeld. Wel worden er vanuit het infocentrum wandelactiviteiten gericht op kinderen georganiseerd.
- Erfgoedlogies: de Hanzesteden hebben het concept Hanzelogies ontwikkeld, Olst-Wijhe is hierin echter nog niet geïntegreerd. Ook zijn er plannen van de Stichting IJsselhoeven om slapen op IJsselhoeven mogelijk te maken. De financiering voor dit plan is echter nog niet rond.
- Cultuurhistorische informatieborden: er zijn geen cultuurhistorische informatieborden ontwikkeld in de landgoederenzone.
- Informatieborden bij entree kernen: er zijn geen nieuwe toeristische informatieborden geplaatst. De bestaande borden zijn aan actualisatie toe.
- Verkenning mogelijkheden voor snelbootdienst: er is een verkenning uitgevoerd voor een wandel- en fietspendelboot tussen Nijmegen, Arnhem, Zwolle en Kampen. Olst-Wijhe is in deze studie niet meegenomen. Het varen van Deventer naar Zwolle neemt nogal wat tijd in beslag en de meeste bezoekers komen eigenlijk om te fietsen naar deze regio. De vraag is dan ook of er wel behoefte is aan zo'n vaardienst tussen Deventer en Zwolle. Tegelijkertijd is er een zeer recente ontwikkeling waarbij een ondernemer de mogelijkheden voor een hop-on-hop-off boot op de IJssel (opstappunten de Haere, Olst, Fortmond en Wijhe) wil onderzoeken. De gemeente is hierbij ook betrokken.

Uit bovenstaande opsomming blijkt dat een beperkt deel van de kleine projecten gerealiseerd is. Op het gebied van regionale marketing en promotie worden de benoemde projecten allemaal uitgevoerd. Het (regionale) marketing- en promotiebeleid wordt daarmee gerealiseerd. Ook op gebied van onderzoek en regionale infrastructuur zijn de nodige projecten uitgevoerd, waarmee de basis voor de toeristische sector grotendeels op orde is. Olst-Wijhe weet echter nog onvoldoende lokale projecten te realiseren of aansluiting te vinden bij regionale initiatieven, waardoor na 4 jaar circa 40% van de benoemde projecten niet gerealiseerd is ondanks dat het om (relatief) kleinschalige projecten gaat.

Naast deze 3 hoofdprojecten en 24 kleine projecten uit het ontwikkelplan is de herontwikkeling van de Loswal een groot project in de gemeente. In het kader van het Investeren met Gemeenten (IMG) is samen met de provincie Overijssel het programma "Wijhe en OverIJssel" ontwikkeld. Binnen dit programma valt onder andere de herontwikkeling van de Loswal in Wijhe. Hieraan ligt de visie op de IJsselzone uit 2009 ten grondslag. Belangrijk element in de ontwikkeling is het versterken van het recreatief gebruik van de

IJsseluiterwaarden langs het gehele stroomgebied van de IJssel binnen de gemeente. Speerpunt daarbij was de ontwikkeling van de Loswal in Wijhe met het verbeteren van de recreatieve functie van de Loswal, het versterken van het Toeristisch Overstap Punt (TOP) en de aansluiting met de Raalterweg, zodat er door de realisatie van een “groene”- en een “stenen”-scheg een promenade in de Raalterweg ontstaat voor fietsers en voetgangers, zodat er een aantrekkelijke verbinding gaat ontstaan met het centrum van Wijhe en het landgoed De Gelder. Speerpunten daarbij zijn het realiseren van een drijvende horecafunctie, het realiseren van een groter aantal en verbeterde camperplekken, het vergroten van de jachthaven en een eigen plek (JOP) voor de jongeren die uit de gehele omgeving (ook Raalte) hier naar toe komen. Ook de veilige oversteekbaarheid van de Rijksstraatweg op dit punt is belangrijk.

Zoals eerder aan bod gekomen is de herontwikkeling van de Loswal conform de plannen afgerond. Alleen een horecavoorziening is nog niet gerealiseerd. Het blijkt ingewikkeld te zijn om een partij te vinden die daar nu in wil stappen. Samen met de horeca uit de Langstraat onderzoekt de gemeente nu de mogelijkheden.

5.4. Samenwerking met partners

Tot slot is ook de samenwerking tussen de diverse partners een factor in de effectiviteit van het beleid. In de telefonische enquêtes onder de verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven in de gemeente zijn de marktpartijen bevroegd over de taak en rol van de gemeente, de rol van het Salland Marketing, de RGS en de VVV/TIW en andere regionale samenwerkingsverbanden. Circa 45 bedrijven hebben meegedaan aan dit deel van de telefonische enquête. Ook tijdens de face-to-face gesprekken die gevoerd zijn met vertegenwoordigers uit de sector is dit onderwerp aan bod gekomen.

Taak en rol van de gemeente

De verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven hebben een zeer wisselend beeld bij de huidige taak een rol van de gemeente. Zij konden in de enquête kiezen uit de antwoordmogelijkheden: initiërend, coördinerend, faciliterend, co-financier of anders (vrij in te vullen). Ruim een derde van de bedrijven geeft aan geen beeld te hebben/'niks te hebben gemerkt' van de huidige taak en rol van de gemeente. En circa 15% is van mening dat de gemeente een zeer beperkte rol speelt. Een kwart noemt de huidige rol van de gemeente faciliterend. De overige bedrijven zijn verdeeld over de initiërende en coördinerende rol. Opvallend is dat slechts één van de marktpartijen de gemeente in haar huidige rol als co-financier benoemt.

Over het functioneren en de samenwerking met de gemeente is het merendeel van de toeristische bedrijven over het algemeen tevreden (55%) of zelfs zeer tevreden (10%). Bijna 30% van de bedrijven staat neutraal tegenover het functioneren en de samenwerking (dit zijn over het algemeen de bedrijven die 'niks hebben gemerkt' van de taak en rol van de gemeente). Slechts twee bedrijven geven aan ontevreden te zijn.

Over de toekomstige rol van de gemeente hebben niet alle toeristische bedrijven een mening/beeld. Van de bedrijven die wel een beeld hebben (33 bedrijven) is 40% van mening dat de gemeente een faciliterende rol in de toekomst moet spelen. Ruim 20% ziet een initiërende rol voor de gemeente en een gelijk aandeel ziet geen/een zeer beperkte rol weggelegd. De overige bedrijven zien een coördinerende of meerdere rollen voor de gemeente. Wederom noemen slechts enkele bedrijven de rol als co-financier. Hoe de gemeente deze toekomstige rol zou kunnen invullen, wordt besproken in hoofdstuk 6.

In de gesprekken met de vertegenwoordigers van de toeristische sector is verder aan bod gekomen dat de personele wisseling bij de gemeente in de afgelopen jaren als minpunt is ervaren. Het feit dat er nu een vast contactpersoon is bij de gemeente wordt dan ook als prettig gezien en zorgt voor continuïteit in samenwerking en activiteiten. Ook de samenwerking loopt nu beter dan in het verleden.

Tevens hebben marktpartijen aangegeven dat zij zich in hun initiatieven soms geremd voelen door de gemeente. De gemeente denkt in problemen en onmogelijkheden, in plaats van samen met de ondernemer op zoek te gaan naar manieren om het initiatief toch te realiseren. Het 'praktisch meedenken' ontbreekt. Ook zijn de processen bij de gemeente vaak tijdrovend waardoor het veel energie en moeite kost om bepaalde zaken te realiseren.

Salland Marketing

Over het functioneren en de samenwerking met Salland Marketing is het merendeel van de toeristische bedrijven tevreden (55% tevreden/zeer tevreden). De overige bedrijven staan neutraal tegenover het functioneren en een deel daarvan geeft aan niet aangesloten te zijn bij Salland Marketing. Slechts één ondernemer is niet tevreden over Salland Marketing.

Recreatiegemeenschap Salland

Recreatiegemeenschap Salland blijkt onbekend bij veel toeristische bedrijven. Ongeveer 80% staat dan ook neutraal tegenover het functioneren ervan. De overige bedrijven zijn tevreden over de samenwerking en het functioneren van Recreatiegemeenschap Salland.

VVV Olst

Ruim de helft van de bedrijven staat neutraal tegenover de samenwerking en het functioneren van de VVV Olst. Vaak is dit gerelateerd aan het feit dat men geen lid van de VVV is waardoor men hier geen mening over kan vormen. De overige bedrijven zijn tevreden met uitzondering van één ondernemer.

Toerist Info Wijhe

Dit beeld is ongeveer gelijk aan dat bij VVV Olst. Een groot deel van de ondernemers is niet aangesloten bij Toerist Info Wijhe en heeft neutraal geantwoord. De overige bedrijven zijn over het algemeen tevreden over het functioneren en de samenwerking.

Uit de gevoerde gesprekken bleek dat de discussie rondom de samenvoeging van VVV Olst en Toerist Info Wijhe veel energie heeft gekost en dat er een verschil in inzicht bestaat tussen beide organisaties. Nu de samenvoeging niet meer aan de orde is, groeien beide organisaties juist meer naar elkaar toe. Tevens is gebleken dat de afstemming en de samenwerking tussen Salland Marketing en de VVV Olst en Toerist Info Wijhe nog verder geïntensiveerd kan worden. De interne structuur vormt hierbij een struikelblok. De VVV Olst en Toerist Info Wijhe richten zich met name op lokale activiteiten en minder op regionale samenwerking. Beide organisaties zijn vrijwilligersorganisaties met veel traditie en met toegewijde mensen die in hun vrije tijd een bijdrage willen leveren. Dit wordt door alle organisaties ook herkend als goed initiatief, maar hierdoor ontbreekt het soms aan ondernemerschap.

Opvallend is dat de toeristische bedrijven over het algemeen tevreden zijn over het functioneren van VVV Olst, Toerist Info Wijhe en Salland Marketing, terwijl de gemeente in de dagelijkse praktijk merkt dat de toeristische bedrijven maar weinig gebruik maken van deze organisaties en hun informatiekanaal, bijvoorbeeld Salland Magazine. Dit kan mogelijk verklaard worden door het kleinschalige karakter van de toeristische bedrijven in Olst-Wijhe. Deze bedrijven hebben over het algemeen maar weinig budget voor marketing en communicatie en moeten daarom keuzes maken. Zij hebben in hun ogen 'betere' alternatieven en kiezen voor andere communicatiekanalen, bijvoorbeeld via landelijke organisaties voor B&B's of 'logeren bij de boer'.

Marktpartijen

De samenwerking tussen de verschillende verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven is beperkt en zeer wisselend. Sommige aanbieders zoeken elkaar op, terwijl anderen solistisch werken en weinig contact met anderen hebben. De mate van samenwerking is dan ook zeer afhankelijk van het karakter van de ondernemer.

De andere partners missen lef bij de toeristische ondernemers in Olst-Wijhe. Er zijn natuurlijk uitzonderingen, maar over het algemeen heerst de mentaliteit: "Doe maar gewoon, dan doe je gek genoeg". Lef staat niet gelijk aan grootschaligheid, maar door creativiteit en ondernemerschap kunnen iets

bijzonders creëren. Een groot deel van de ondernemers heeft een afwachtende houding, waardoor vernieuwing uitblijft.

Overige regionale samenwerkingsverbanden

Naast deze regionale samenwerkingsverbanden zijn diverse verblijfstoeristische en dagrecreatieve bedrijven ook aangesloten bij nationale samenwerkingsverbanden gericht op een specifieke groep aanbieders zoals, B&B ANWB, Vekabo (vereniging voor plattelandsaccommodaties), SVR (Stichting Vrije Recreatie) en 'Vrienden op de fiets. Daarover zijn zij (zeer) tevreden. Tevens zijn enkele aanbieders aangesloten bij VVV Deventer.

In hoofdlijnen kan geconcludeerd worden dat met name de marktpartijen niet voldoende op de hoogte zijn van de rol en de taak van de diverse partners. Het is bijvoorbeeld opvallend dat veel marktpartijen geen mening kunnen vormen over Salland Marketing en aangeven niet aangesloten te zijn bij VVV Olst of Toerist Info Wijhe of slechts bij één van beide partijen. De overlap in de taakstelling van de VVV Olst en Toerist info Wijhe kan ook verwarrend werken voor samenwerkingspartners. Ook de regionale afstemming met Salland Marketing verloopt niet optimaal.

Indien men bekend is met het werk van de partners, is men over het algemeen tevreden over het functioneren en de samenwerking. Slechts een enkele marktpartij geeft aan ontevreden te zijn. Met betrekking tot de rol van de gemeente, verwachten de marktpartijen een faciliterende rol en zijn zij op zoek naar een partner die gezamenlijk met hen kan optrekken in het realiseren van initiatieven. De vaste contactpersoon bij de gemeente werkt hierin versterkend en wordt als positief ervaren door de diverse partners

6. Conclusies en aanbevelingen

6.1. Conclusies

In antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek “*Welke rol speelt toerisme en recreatie in de gemeente Olst-Wijhe en zet de gemeente samenhangende en effectieve instrumenten en (financiële) middelen in om toerisme en recreatie te bevorderen?*” en de geformuleerde deelvragen kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

Economisch-maatschappelijk belang

De bestedingen die voortvloeien uit recreatie en toerisme in Olst-Wijhe worden geraamd op ruim € 8 miljoen. Dit gaat gepaard met een werkgelegenheid van 102 FTE, oftewel circa 140-145 (deeltijd)banen. Dit is 2,6% van de totale werkgelegenheid. Ten opzichte van het Nederlands gemiddelde is dit aandeel relatief laag. Ook in vergelijking met gemeenten van soortgelijke omvang, gelegen nabij een grote stad en met een niet sterk toeristisch karakter is de werkgelegenheid aan de lage kant (benchmark 3%).

Beperkingen en mogelijkheden toeristische sector

Teruggrijpend naar de sterkte-zwakteanalyse liggen er voor Olst-Wijhe met name kansen voor ontwikkelingen die voortbouwen op de oorspronkelijke kwaliteiten van de gemeente: de IJssel, de groene omgeving en de cultuurhistorie in combinatie met kleinschaligheid. Olst-Wijhe moet geen uitbreiding zoeken in producten en markten die te sterk afhankelijk zijn van schaal en kunstmatig aanbod. De gemeente leent zich voor rustig genieten en actief bezig zijn (fietsen en wandelen). Voor shortbreaks of een weekje weg is Olst-Wijhe een goede uitvalsbasis voor ‘dagjes uit’ naar Deventer en de Sallandse Heuvelrug. Belangrijke (toekomstige) doelgroepen zijn “empty-nesters” (geen thuiswonende kinderen meer), senioren, bezoekers geïnteresseerd in gezondheid en spiritualiteit en tot slot de “cultuurzoekers”.

Grootschalige ontwikkelingen zijn ruimtelijk moeilijk inpasbaar, sluiten niet aan op het kleinschalige karakter en ook niet op de organisatiegraad van Olst-Wijhe. Daarnaast komen marktpartijen moeilijk(er) tot realisatie van grootschalige projecten, waardoor de ontwikkeling van (verblijfs)accommodaties in Olst-Wijhe achterblijft. Maar het ontbreekt de lokale toeristische bedrijven (deels) ook aan lef en ondernemerschap om te vernieuwen en tot creatieve ontwikkelingen te komen. Zij stellen zich afwachtend op, waardoor ontwikkelingen moeilijk van de grond komen.

Werkveld en samenwerking

De gemeente is te weinig zichtbaar voor veel toeristische bedrijven. Dit is opvallend gezien de ambities van de gemeente die toerisme als belangrijke groeisector ziet. Echter over het functioneren en de samenwerking met de gemeente is het merendeel van de toeristische bedrijven tevreden. In het bijzonder wordt de vaste contactpersoon bij de gemeente als positief ervaren. Voor de toekomst zien de marktpartijen een faciliterende rol voor de gemeente weggelegd. Wij adviseren de gemeente om deze faciliterende rol in te vullen door samen met marktpartijen te kijken naar mogelijkheden (in wet- en regelgeving) om tot ontwikkelingen te komen. Door hulp te bieden bij nieuwe ontwikkelingen, bijvoorbeeld door actieve grondverwerving of door snelle en goede afwikkeling van planologische procedures, zodat marktpartijen snel op veranderingen op de markt kunnen inspelen. Ook kan de gemeente kennis inwinnen en ter beschikking stellen aan ondernemers om de productiviteit te verhogen, bedrijven toekomstgeschikt te maken of een professionaliseringslag te maken. De gemeente moet een partner voor de toekomst worden die gezamenlijk met de ondernemers werkt aan het verbeteren van de toeristische sector in Olst-Wijhe en hen helpt tot nieuwe ontwikkelingen te komen.

Ook de andere partners in het werkveld zijn niet altijd goed zichtbaar. Dat geldt met name voor Recreatiegemeenschap Salland. Indien men wel bekend is met het werk van de partners, is men over het algemeen tevreden over de samenwerking. De afstemming tussen de lokale VVV en Toerist Info Wijhe en Salland Marketing kan ook nog verder verbeterd worden.

Afstemming beleid en ontwikkelingen sector

De koers van het gemeentelijk beleid en met name de drie thema's sluiten goed aan op regionaal beleid en de kansen, maar ook de kernwaarden van Olst-Wijhe. De richting die de gemeente ingeslagen is met dit beleid, is gezien de ontwikkeling van de markt ook de juiste. Echter de schaal en het gekozen tijdpad zijn te ambitieus waardoor beleidsdoelen niet gehaald worden.

Gemeentelijke inzet

Het beschikbare budget en de personele inzet (circa 1 FTE) zijn beperkt gezien de ambities die geformuleerd zijn in het ontwikkelingsplan (+50% werkgelegenheid). De uren en het budget zijn voldoende voor het onderhouden van contacten met ondernemers, het op kleine schaal promoten van Olst-Wijhe en het realiseren en (financieel) ondersteunen van kleinere initiatieven. Voor het aanjagen van grootschalige projecten is het echter ontoereikend, ondanks de toegekende aanjaagbudgetten van bijna € 10.000 per thema. Voor het incidenteel steunen van projecten is op jaarbasis circa € 19.000 beschikbaar. Dat is een beperkt budget, zeker ook gezien de grote hoeveelheid aan projecten.

Ontwikkeling sector

In tabel 6.1. is de ontwikkeling van de toeristische sector in Olst-Wijhe samengevat. Hieruit blijkt dat de sector een lichte groei heeft doorgemaakt in de periode 2008 – 2012. Deze groei komt voort uit de groei van de dagrecreatieve sector. Dit is met name een volume-effect (meer capaciteit/meer bezoekers) en in mindere mate een prijs-effect (hogere bestedingen per persoon per dag).

Tabel 6.1. Ontwikkeling recreatie en toerisme

Sector	Aanbod	Overnachtingen/bezoek	Bestedingen	Werkgelegenheid
Verblijfstoerisme	+5%	- 9%	-5%	-
Dagrecreatie	+30%	+55%	+39%	-
Totaal	-	-	+11%	+24%

Het aantal overnachtingen in Olst-Wijhe is afgenomen. Dat is opvallend gezien de regionale ontwikkeling. In de regio Salland is het aantal overnachtingen tussen 2005 en 2009 toegenomen van 1,4 miljoen naar 1,6 miljoen. Olst-Wijhe lift niet mee op deze regionale ontwikkeling. Dit kan verklaard worden door diverse factoren: Olst-Wijhe heeft door haar omvang weinig kritische massa en het toeristisch aanbod wordt niet bedrijfsmatig geëxploiteerd, waardoor onvoldoende wordt ingespeeld op ontwikkelingen in de markt. De kampeersector staat daarnaast sterk onder druk. De ondernemers op de kampeermarkt weten ondanks die ontwikkelingen een positief resultaat neer te zetten, maar voor de toekomstige ontwikkeling van de toeristische sector betekent dit dat een verwachte afname van het aantal overnachtingen op campings niet kan worden opgevangen door andere verblijfsaccommodaties zoals hotels en bungalows. Tot slot is het verblijfstoeristisch aanbod in Olst-Wijhe erg seizoens- en weersafhankelijk, waardoor Olst-Wijhe niet het hele jaar door toeristen weet te trekken en bij een tegenvallende zomer sterke schommelingen in het aantal overnachtingen kent.

Beleids-effect

De drie hoofdprojecten uit het ontwikkelingsplan zijn niet gerealiseerd. Dit is gezien de beleidsformulering en ambities van de gemeente geen opvallende uitkomst. De beleidsdoelen in het ontwikkelingsplan zijn te ambitieus voor een relatief kleine gemeente als Olst-Wijhe en het tijdpad is te kort om de projecten te realiseren. Er is echter ook geen zicht op dat deze projecten in de komende jaren wel gerealiseerd worden.

Daarnaast is slechts 60% van 24 kleine projecten in de afgelopen 4 jaar uitgevoerd, ondanks de 'kleinschaligheid' van deze projecten. Wellicht is het aantal projecten simpelweg te groot om te kunnen realiseren binnen 4 jaar, naast alle 'reguliere activiteiten' (onderhouden contacten, deelname in overleggroepen etc.). Zeker in combinatie met personele bezetting en het budget dat beschikbaar is voor recreatie en toerisme.

Over het algemeen kan geconcludeerd worden dat het beleid slechts tot een beperkte toename in bestedingen (+11%) en werkgelegenheid (+24%) heeft geleid. Dit is in absolute aantallen arbeidsplaatsen geen sterke groei. Echter in vergelijking met de ontwikkeling in andere gemeenten in Nederland, waar de toeristische markt zich de laatste jaren soms zelfs negatief heeft ontwikkeld, toch een positief resultaat. Ook moet zeker gesteld worden dat de gemeente in de afgelopen periode in samenwerking met de ondernemers en de diverse partners ook de nodige (kleine) successen heeft geboekt met haar beleid. Het nodige voorwerk is gedaan. Er zijn diverse haalbaarheidsstudies uitgevoerd en infrastructurele aanpassingen gedaan. De basis (routes, informatieborden) is daarmee op orde. Ook zijn het infocentrum IJssel Den Nul en de Loswal gerealiseerd; twee grote projecten en wordt er hard gewerkt aan een wandelroutestructuur, de promotie van Olst-Wijhe en productontwikkeling (arrangementen), deels in combinatie met Salland.

6.2. Een kijk naar de toekomst...

De gemeente heeft in haar beleid op hoofdlijnen wel de juiste koers gekozen, maar moet voor de toekomst focus aanbrengen. “Je kunt niet alles, maar wat je doet, moet je goed doen”. Dit betekent dat er keuzes moeten worden gemaakt, maar ook dat de toekomstige ambities moeten worden aangepast aan de maat en schaal van Olst-Wijhe. Kies voor realistische projecten, met een reëel tijdpad en passend bij het oorspronkelijke aanbod van de gemeente. In de actualisatie van de toekomstvisie geeft de gemeente zelf ook aan dat men scherpere keuzes wil maken in doelen en fasering en die lijn wordt voortgezet in het uitvoeringsprogramma Beleef de IJssel.

Indien men meer overnachtingen wil realiseren, is het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties essentieel. Er liggen kansen voor de ontwikkeling van hoogwaardige B&B's of een bijzonder, kleinschalig hotelconcept bijvoorbeeld in één van de cultuurhistorische gebouwen die de gemeente rijk is. Olst-Wijhe leent zich uitstekend voor shortbreaks of als uitvalsbasis voor een weekje weg met Deventer, Zwolle en de Sallandse Heuvelrug om de hoek.

Tevens zien wij mogelijkheden voor de ontwikkeling van een kleinschalig bungalowpark gericht op recreatief eigen gebruik (weinig voorzieningen op het park). De bestaande camping in omgeving Fortmond biedt hiervoor kansen gezien de locatie aan de IJssel en de bijzondere natuurwaarden. Echter, het zal niet eenvoudig zijn om deze ontwikkeling tot stand te brengen, dat vergt veel energie, tijd en, heel belangrijk, het samenwerken met professionele, ervaren partijen.

Binnen de dagrecreatie liggen er kansen voor routegebonden buitenrecreatie met het accent op fietsen. De basis hiervoor, infrastructuur en bebording, is op orde, maar de inkleuring van het aanbod ontbreekt. Ga op zoek naar verhalen en de geschiedenis achter landgoederen, monumenten en bezienswaardigheden. Laat bezoekers Olst-Wijhe echt beleven. Verbind routes aan kleine attracties, zoals landgoederen of horecavoorzieningen.

Daarnaast liggen er kansen voor Olst-Wijhe bij de doelgroep die geïnteresseerd is in wellness in de vorm van spiritualiteit en gezondheid. Het gaat daarbij niet om grootschalige wellnessvoorzieningen met sauna's en zwembaden maar om kleinschalige voorzieningen gericht op onthaasten en persoonlijke groei. De kernwaarden van Olst-Wijhe sluiten hierop goed aan.

Voor de gemeente is het tot slot van belang dat er een aanspreekpunt is voor ondernemers. Iemand die ondernemers verstaat en slim kan schakelen tussen de verschillende afdelingen binnen de gemeente om ontwikkelingen mogelijk te maken en marktinitiatieven zoveel mogelijk te faciliteren.

7. Bestuurlijke reactie en nawoord

7.1 Bestuurlijke reactie

Op 3 april 2013 ontvingen wij het onderzoeksrapport aangaande het beleidsveld Recreatie en Toerisme van uw commissie. Het rapport is op 23 april 2013 onderwerp van bespreking geweest in ons college.

Algemene reactie

Met grote belangstelling hebben wij de rapportage van uw rekenkamercommissie gelezen. Wij willen hierover onze waardering uitspreken. Het onderzoek is, naar ons idee, op een zorgvuldige en gedegen wijze door de commissie opgepakt. Zeker gezien het feit dat de samenleving (zowel ondernemers als maatschappelijke partners) nauw bij het onderzoek betrokken zijn geweest. Geconcludeerd kan worden dat het rapport een goed beeld geeft van de betekenis van de vrijetijdssector in de gemeente Olst-Wijhe en de effectiviteit van het vastgestelde beleid. Deels bevestigt het rapport de vermoedens die wij al hadden, maar het rapport brengt ook zeker nieuwe feiten, cijfers en inzichten aan het licht. Het is een goed gefundeerd en genuanceerd verhaal. Het rapport vormt een goede basis voor het schrijven van de nieuwe beleidsnota Recreatie en Toerisme, welke dit jaar op de planning staat.

Inhoudelijke reactie

Het onderzoeksrapport (met name hoofdstuk twee tot en met vier) geeft een uitgebreid overzicht van onder andere:

- het aanbod in de gemeente Olst-Wijhe;
- de economische betekenis van de vrijetijdssector;
- de landelijke/regionale trends en ontwikkelingen;
- de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van het gebied;
- het provinciale, regionale en lokale beleid; en
- de interne en externe 'organisatiestructuur' binnen het beleidsveld recreatie en toerisme.

Met name de cijfers op gemeenteniveau zijn interessant en bruikbaar, omdat deze tot nog toe voor een groot deel ontbraken. Ook de vergelijking met landelijke, provinciale, regionale en benchmark cijfers biedt de nodige helderheid.

De verschillende betrokken partijen weten elkaar steeds vaker en beter te vinden. Ons gemeentelijk beleid sluit, zoals in het rapport staat vermeld, naadloos aan op het regionale en provinciale beleid, maar ook op de kernwaarden van Olst-Wijhe. Wij zien dan ook geen noodzaak om deze koers te veranderen.

Wel delen wij de aanbeveling van uw commissie om (meer) focus aan te brengen, want het maken van keuzes is (zeker in tijden van heroverweging) onvermijdelijk. De nieuwe beleidsnota Recreatie en Toerisme is hiervoor het uitgelezen moment. Ook delen wij de conclusie van uw commissie dat de doelstellingen uit het ontwikkelingsplan 2008 te ambitieus waren en niet voldoende SMART, waardoor een deel van het uitvoeringsprogramma niet is gerealiseerd; dit mede ook in het licht van het feit dat er geen extra formatie en/of budget beschikbaar is gesteld. Bovendien zijn wij als gemeente afhankelijk van de investeringsbereidheid van externe partijen. Door de financiële en economische crisis is de bereidheid om financieel te investeren sterk verminderd.

Met betrekking tot de lijst met niet gerealiseerde projecten merken wij op dat er een onderscheid gemaakt kan worden tussen 'nog niet gerealiseerde projecten' en 'niet gerealiseerde projecten'. Terecht merkt u op dat het nodige (voor)werk is gedaan. Er zijn een aantal projecten waar hard aan wordt gewerkt (bijvoorbeeld de horecavoorziening bij de Loswal, of de snelbootdienst), of waarvoor een (voorlopig) alternatief is gezocht (de werkgroep Quick Wins is een voorlopig alternatief voor het toeristisch platform). Inhoudelijk hebben we nog een viertal opmerkingen/aanvullingen:

- Ontwikkeling van (grootschalige) verblijfsrecreatie: Ten tijde van de actualisatie van de toekomstvisie hebben wij vastgesteld dat deze doelstellingen (voorlopig) niet haalbaar zijn. Wij hebben daarom bewust geen energie meer in dit 'project' gestoken.
- Thematische routeontwikkeling: Dit project staat wel vermeld in het uitvoeringsprogramma (project 14 uit de projectenlijst, bijlage 2), maar wordt niet vermeld in uw analyse. Dit beleidsdoel is wel degelijk behaald. Horecaondernemers hebben een 'Happen en Trappen arrangement' ontwikkeld, maar ook andere organisaties, zoals Salland Marketing en Stichting IJsselboomgaarden, zijn continu bezig met de ontwikkeling van verschillende themaroutes (onder andere het landgoederen fietsrouteboekje, de hoogstamfruit fietsroute en de smaakfietsroutes). De ontwikkeling van themaroutes blijft een continu aandachtspunt.
- De ontwikkeling van één toeristische website: Begin dit jaar is de portal www.olstenwijhe.nl de lucht ingegaan. Dit betreft een portal met (toeristische) informatie over de gemeente Olst-Wijhe. Verschillende (toeristische) bedrijven, stichtingen en verenigingen zijn aangesloten, zo ook de VVV Olst en de Toerist Info Wijhe. Daarnaast is de portal voorzien van een integrale (evenementen)kalender. Ook worden binnen de werkgroep Quick Wins de mogelijkheden onderzocht om aan te sluiten bij de website van Salland Marketing. De fusie tussen de VVV Olst en de Toerist Info Wijhe staat los van bovenstaande ontwikkelingen.
- Vergroten van de diversiteit aan routes: Deze doelstelling is naar onze mening wel behaald. Wij hebben als gemeente geïnvesteerd in de pilotstudie naar twee mountainbikeroutes welke (deels) gelegen zijn in onze gemeente. De eerste route door Deventer (met een uitloop naar Olst-Wijhe) is al gerealiseerd. Daarnaast loopt de aanleg van de tweede (aanloop)route in Olst-Wijhe. Voor wat betreft skeeleren en nordic walking hoeven geen aparte paden te worden aangelegd, want daarvoor kan gebruik worden gemaakt van de bestaande fiets- en wandelpaden. Skeeleren en nordic walking beschouwen wij daarom als 'thematische routes'. Door verschillende clubs worden nordic walking-, mountainbike- en skeeleractiviteiten georganiseerd.

Olst-Wijhe is een prachtig gebied met veel potentie. We hebben 'goud' in handen! De laatste jaren is er door de gemeente, maar zeker ook door de samenleving, veel geïnvesteerd in de hardware. Voorbeelden hiervan zijn het fiets- en wandel- en mountainbikerouten netwerk, het Infocentrum IJssel den Nul en de Loswal. Het gaat er nu om deze hardware ook daadwerkelijk te laten renderen. Daarom ligt de focus nu meer op het investeren in de 'software'. Hiermee doelen we op het leggen van de juiste verbindingen en het beleefbaar maken van de 'hardware'. Het uitvoeringsprogramma 'Beleef de IJssel' (vastgesteld in september 2012) en de komst van de werkgroep Quick Wins (start maart 2012) is een eerste stap. Het maatschappelijke veld willen we hier vanzelfsprekend nauw bij betrekken, om zo gezamenlijk Olst-Wijhe op een hoger niveau te tillen. Relatiemanagement zal dan ook een belangrijk onderdeel zijn van de nieuwe beleidsnota Recreatie en Toerisme. Deze 'openstelling' past tevens bij de veranderende verhoudingen tussen overheid, ondernemers, burgers, maatschappelijke partners et cetera. Ook de zichtbaarheid van de gemeente zal hierdoor worden vergroot.

Op 22 april organiseren we de interactieve netwerkbijeenkomst 'Olst-Wijhe: Een sterk toeristisch merk!?', en wij stellen ons voor dat dit soort (thema)bijeenkomsten vaker zullen plaatsvinden. Voor wat betreft het thema 'relatiemanagement' speelt ook de toekomstige rol van de gemeente een belangrijke rol. Uw rekenkamercommissie geeft aan dat de gemeente met name een faciliterende rol moet (gaan) vervullen. Ter verduidelijking worden er een aantal voorbeelden gegeven. Wij beamen dat de rol van de gemeente met name een faciliterend karakter zal hebben. Wij kunnen echter geen rol spelen op het gebied van actieve grondverwerving, aangezien dit te risicovol is. Het is nu aan ons om het containerbegrip 'faciliteren' te concretiseren.

Wat opvalt, is dat Olst-Wijhe over het algemeen (iets) lager scoort dan het regionale, provinciale of landelijke gemiddelde. Uw commissie merkt op dat dit grotendeels het gevolg is van het aanbod dat Olst-Wijhe kent. Er is veelal sprake van een kleinschalig karakter en/of hobbyïsme. Wij zien dat het aanbod aan verblijfsrecreatieve voorzieningen (de capaciteit) is toegenomen tussen 2008 en 2012. Daaruit blijkt dat het 'verruimde' beleid, wat de gemeenteraad heeft vastgesteld, effect heeft gehad. Op 7 september 2009 heeft de raad de nota verblijfsrecreatieve voorzieningen vastgesteld. Deze nota beoogt de mogelijkheden van verblijfsrecreatie (met name de kleinschalige verblijfsrecreatie zoals Bed & Breakfast en kleinschalige

campings) te vergroten. Deze nota is vertaald naar een partiële herziening van het bestemmingsplan Buitengebied Wijhe en een partiële herziening van het bestemmingsplan Buitengebied Olst, welke op 29 maart 2010 door de raad zijn vastgesteld. Vervolgens zijn deze plannen vertaald naar het Bestemmingsplan Buitengebied Olst-Wijhe, welke in mei 2012 is vastgesteld door de raad. Salland scoort goed. Wij zijn van mening dat we als gemeente zeker gebruik moeten maken van het feit dat Salland in de markt wordt gezet, zonder dat Olst-Wijhe ondersneeuwt binnen 'het Sallandse'.

Vervolg

Concreet zijn wij voornemens om, op basis van de conclusies en aanbevelingen van uw onderzoek, de voorbereiding voor de nieuwe beleidsnota verder in gang te zetten. Hieronder treft u een globale planning. Hierbij is rekening gehouden met de beschikbaarheid van het maatschappelijk veld.

Periode	Actie
Mei/juni/juli/augustus/september	Eerste aanzet beleidsnota schrijven.
Oktober/november	Eerste aanzet beleidsnota voorleggen aan het college van B&W. Eventuele aanpassingen doorvoeren.
December/januari	Concept beleidsnota bespreken met het maatschappelijk veld.
Februari/maart	Concept beleidsnota ter vaststelling naar college van B&W
April/mei	Beleidsnota opiniërend en ter vaststelling naar raad.

7.2 Nawoord

De Rekenkamercommissie heeft met genoeg kennis genomen van de bestuurlijke reactie van het College van Burgemeester en Wethouders.

Ten aanzien van de vier aangevoerde inhoudelijke punten merkt de Rekenkamercommissie het volgende op:

- *Ontwikkeling van grootschalige verblijfsrecreatie*
Dit punt was bij het onderzoeksteam bekend. Op pagina 23 is vermeld dat de doelstelling met betrekking tot grootschalige verblijfsrecreatie niet meer wordt nagestreefd, met name wegens de slechte marktomstandigheden.
- *Thematische routeontwikkeling*
Deze observatie is correct. Deze doelstelling was wel bekend bij de onderzoekers, maar is per abuis niet verder vermeld in de analyse.
- *Ontwikkeling van de toeristische website*
Deze informatie is gedurende het onderzoek niet gemeld aan het onderzoeksteam en kon daardoor niet meegenomen worden in het rapport.
- *Vergroten diversiteit routes*
Het is bekend dat Salland Marketing werkt aan de ontwikkeling van een mountainbikenetwerk, waarbij een aanlooproute voor mountainbikers uit Olst-Wijhe wordt aangelegd. In de oorspronkelijke doelstelling staan skeeler- en Nordic Walkingroutes specifiek genoemd onder vergroten diversiteit aan routes en niet onder thematische routes. Het is inderdaad niet altijd nodig om aparte paden aan te leggen, maar het gebruik van dezelfde paden door verschillende gebruikersgroepen (paardrijden, skeeleren, Nordic Walking, fietsen et cetera) kan conflicteren door het verschil in snelheid en gebruik.

De commissie is verheugd dat de bevindingen van het onderzoek door het College worden gebruikt voor het formuleren van toekomstig beleid met betrekking tot toerisme en recreatie.

Bijlage 1 Begrippenlijst

Categorieën	Hieronder wordt verstaan...
<i>Verblijfsrecreatie</i>	
1. B&B's	Bed & Breakfast accommodaties
2. Hotels	Hotels
3. Minicampings toeristisch	Kleinschalig kamperen op minicampings, kamperen bij de boer, etc.
4. Campings toeristisch	Toeristische standplaatsen, voor- en naseizoenplaatsen, trekkershutten en verhuurcaravans op reguliere campings.
5. Groepsaccommodaties	Groepsaccommodaties, jeugdherbergen, etc
6. Bungalows	Bungalows, chalets en stacaravans op bungalowparken, appartementen en vakantiewoningen
7. Watersport passanten	Overnachtingen van passanten in jachthavens
8. Campings vast	Jaarplaatsen en seizoenplaatsen op (reguliere) campings.
9. Watersport vast	Bezette vaste ligplaatsen in jachthavens
<i>Dagrecreatie</i>	
10. Attracties	Attracties, dierentuinen, pretpark,
11. Monumenten en bezienswaardigheden	Architectuur, grotten, kastelen, molens, monumenten, openbare tuinen.
12. Musea	Bezoek aan musea
13. Evenementen	Zowel evenementen met een laag als een (relatief) hoog bestedingsniveau
15. Routegebonden buitenrecreatie	Wandelen en fietsen, toeren met de auto, toeren met de motor (door inwoners buiten de eigen gemeente met een minimumduur van 2 uur)
16. Wellness	

Bijlage 2 Projectenlijst 2009 – 2012

Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ¹
Productontwikkeling					
1. IJssel, waar cultuur en natuur samenstromen	Uitbreiden aantal belevingspunten conform project "IJssel, waar cultuur en natuur samenstromen".	Gemeente	Samenwerkingswerkingsverband van Staatsbosbeheer, Bureau Hanzesteden, Stichting IJsselandschap en het Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme, "IJssel, waar cultuur en natuur samenstromen"	K	€ 10.000,-
2. Verkenning mogelijkheden voor snelbootdienst	Verkennen van de mogelijkheden voor het laten varen van een snelbootdienst tussen Deventer en Zwolle, met stopplaatsen in Olst, Wijhe en Hattem. Bij belangstelling vanuit de andere Hanzesteden, kan het project verbreed worden en wordt de haalbaarheid voor het traject Doesburg-Kampen onderzocht.	Bureau Hanzesteden	Waterschap, gemeente Deventer, gemeente Olst-Wijhe, gemeente Hattem, gemeente Zwolle, eventueel ook gemeente Doesburg, gemeente Zutphen, gemeente Zwartewaterland en gemeente Kampen	K	€ 2.500,- (via budget bureau Hanzesteden)
3. Informatieborden bij entree kernen	Verstrekken toeristische informatie over Olst-Wijhe via duidelijke en uniforme informatieborden bij de entree van de kernen. Zowel bij Olst, Wijhe als bij Wesepe wordt een bord geplaatst.	Gemeente	SBT, VVV	K	€ 7.500,-
4. Organiseren kunstactiviteiten op landgoederen en in andere monumentale panden.	Ondememers, kunstenaars en landgoedeigenaren organiseren activiteiten op het gebied van kunst en cultuur op de landgoederen en in en bij andere monumentale panden. De gemeente stimuleert dit en faciliteert een deel van de promotie.	Landgoedeigenaren	SBT, VVV, gemeente Olst-Wijhe, omliggende gemeenten en 't Sal	K	€ 3.000,-
5. Cultuurhistorische informatieborden	De ontwikkeling van 10 cultuurhistorische informatieborden in de landgoederenzone	Gemeente	OPG, landgoedeigenaren, Staatsbosbeheer, VVV, omliggende gemeenten, SBT	K	€ 30.000,- + ambtelijke capaciteit

Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ²
6. Verkenning naar mogelijkheden voor klimbos	Verkennen van de mogelijkheden voor de ontwikkeling van een klimbos, waaronder het zoeken van een geschikte locatie en een ondernemer, die het klimbos wil ontwikkelen.	Gemeente	Ondernemer, boscijgenaren en survivalgroep Wesepe	K (verkenning) ML (uitvoering)	Ambtelijke capaciteit
7. Natuur- en cultuureducatieve activiteiten in en rondom informatiecentrum Duursche Waarden	Stimuleren van ontwikkeling van natuur- en cultuureducatieve activiteiten in en rondom het te verplaatsen informatiecentrum van Staatsbosbeheer naar de Duursche Waarden	Gemeente	Staatsbosbeheer, JP van den Bentstichting en de Oudheidkundige vereniging 't Olster Erfgoed	K	PM
8. Erfgoedlogies	Ter versterking van het historische (Hanze-)karakter en ter bevordering van het meerdaags toerisme gaan bijzondere, kleinschalige en historische logiesaccommodaties een samenwerkingsverband aan onder de naam "Hanzelogies". Naar deze Hanzelogies zal worden verwezen binnen arrangementen rond de Hanzesteden. Voorstel is ook de IJsselaccommodaties hier onder te brengen.	Bureau Hanzesteden	Ondernemers, GOBT, provincies Gelderland en Overijssel	K (2008)	Via financiering Bureau Hanzesteden
9. Verkenning naar ontwikkelingsmogelijkheden golf- of pitch & puttbaan	Verkennen van de mogelijkheden voor de ontwikkeling van een golf- of pitch&puttbaan, waaronder het zoeken van een geschikte locatie en een ondernemer, die de baan wil ontwikkelen.	Gemeente	Ondernemer, grondeigenaren	K (verkenning) ML (uitvoering)	Ambtelijke capaciteit

Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ³
Roustructuren					
10. Onderzoek naar uitbreiding wandelmogelijkheden in uiterwaarden	Onderzocht wordt of de wandelmogelijkheden in de uiterwaarden, die zijn aangemeld als Natura2000-gebied en zijn aangewezen als PEHS, kunnen worden uitgebreid en of bestaande mogelijkheden op elkaar kunnen worden aangesloten.	Recreatiegemeenschap Salland	Gemeente, Staatsbosbeheer	K (voorbereiding)ML (uitvoering)	Ambtelijke capaciteit
11. Kinderwandelroute	Ontwikkelen van een kindervandelroute	Recreatiegemeenschap Salland	GOBT, SBT, VVV, grondeigenaren, ondernemer	ML	In begroting recreatiegemeenschap
12. Belevingsroute/natuurpad/blote voetenpad	Ontwikkelen van een belevingsroute/natuurpad/blote voetenpad langs de IJssel (bijvoorbeeld in omgeving Fortmond)	Gemeente	Staatsbosbeheer, grondeigenaren, GOBT, SBT, VVV	K	€ 20.000,- (uitgaande van cofinanciering)
13. Wandelnetwerk Salland	Het aanbrengen van meer samenhang in de wandelmogelijkheden in Salland door een wandelnetwerk te ontwikkelen. Bestaande routes worden met elkaar verbonden en, waar nodig, worden nieuwe routes ontwikkeld. Het project wordt opgepakt in nauwe samenwerking met grondeigenaren en terreinbeherende organisaties, zodat de mogelijkheden voor het zoneren van natuur en recreatie optimaal worden benut. Van belang is dat de routes door of langs de kernen lopen. Op die manier wordt de toerist	Recreatiegemeenschap Salland/Sallands Bureau voor Toerisme	grondeigenaren, OPG, gemeenten Deventer, Raalte en Olst-Wijhe, ondernemers, wandelplatform	K (voorbereiding)ML (uitvoering)	In begroting recreatiegemeenschap

Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ³
	gemakkelijker "verleid" om een drankje en een hapje in de kernen te nuttigen.				
14. Thematische routeontwikkeling (bijvoorbeeld Trappen en happen, landgoederenroute, kunstroute, kolkenroute)	Unieke belevenissen, iets meemaken, daar is de recreant naar op zoek. Thematische routes vormen de rode draad voor een actieve beleving of een cultuurhistorische ontdekkingsreis. De mogelijkheden zijn talrijk. Binnen dit project wordt een aantal themaroutes samengesteld.	Sallands Bureau voor Toerisme	VVV, grondeigenaren, ondernemers, gemeente	K	€ 6.000,- (Uitgaande van 3 routes)) (uitgaande van sponsoring door bedrijven)
15. Diversiteit soorten routes vergroten (ATB, skeeleren, nordic walking)	Ontwikkelen van een grotere diversiteit aan routes, zoals ATB-, skeeler- en nordic walkingroutes	Sallands Bureau voor Toerisme	VVV, grondeigenaren, ondernemers, gemeente	K	€ 6.000,- (Uitgaande van 3 routes)) (uitgaande van sponsoring door bedrijven)
Promotie, marketing en informatievoorziening					
16. Website met toeristische informatie Olst-Wijhe	De verschillende websites over recreatie en toerisme in Olst-Wijhe worden samengevoegd tot één website. Hierop wordt een wervende tekst voor bezoekers aan de gemeente geplaatst, waar informatie wordt verstrekt over onder andere overnachtingsadressen, bezienswaardigheden, routes en horecalocaties. De tekst wordt aangevuld met links naar relevante websites voor meer informatie.	VVV	Gemeente	K	In budget voor VVV
17. Informatiezuilen	Ontwikkelen van informatiezuilen met folders, die geplaatst kunnen worden op informatieposten bij toeristisch-recreatieve bedrijven verspreid door de gemeente.	SBT/VVV	Gemeente	K	€ 5.000,- (Uitgaande van sponsoring door bedrijfsleven)
18. Budget Toeristisch Platform	Uitvoeringsbudget voor kleine projecten ter invulling door het Toeristisch Platform,	Toeristisch Platform		KML	€ 10.000,-

Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ³
19. Ontwikkelen arrangementen	<p>bv. ondersteuning evenementen</p> <p>Arrangementen zijn een belangrijk middel in het bevorderen van het toeristisch verblijf in de gemeente. Verschillende dag- en verblijfsrecreatieve voorzieningen worden zo met elkaar verbonden. Belangrijk is hierbij te zoeken naar kansen die nog niet worden benut.</p>	VVV	Ondernemers, SBT		In budget voor VVV
20. Campagne Salland Fietsland	<p>Met de campagne Salland Fietsland wordt Salland aan de hand van het thema fietsen op de kaart gezet. Binnen dit project wordt gewerkt aan een speciale krant Salland Fietsland, fietsarrangementen, themaroutes, het ontwikkelen van het digitaal fietsen met Abel, een routemodule op internet en het organiseren van een Fietsvierdaagse in Salland.</p>	SBT	Ondernemers, gemeenten Salland	ML	Via financiering Sallands Bureau voor Toerisme
21. Salland Aspergeland	<p>Salland Aspergeland omvat meerdere activiteiten om Salland te promoten rondom het thema asperges. Het aspergeseizoen wordt geopend met een evenement, er worden cultuurhistorische routes ontwikkeld en alle aspergeboerderijen in Salland werken samen en kunnen worden bezocht.</p>	SBT	Ondernemers, gemeente	ML	Via financiering Sallands Bureau voor Toerisme
22. Salland Magazine	<p>Aan het begin van het nieuwe toeristische seizoen is het toeristische magazine Salland gepresenteerd, waarin het toeristische aanbod is samengevat. Het bevat informatie over dagjes uit, verblijfsmogelijkheden, routes, natuur, cultuur en evenementen in Salland. Het magazine kent een oplage van 100.000</p>	SBT	Ondernemers, gemeenten Salland	K	Via financiering Sallands Bureau voor Toerisme en ondernemers

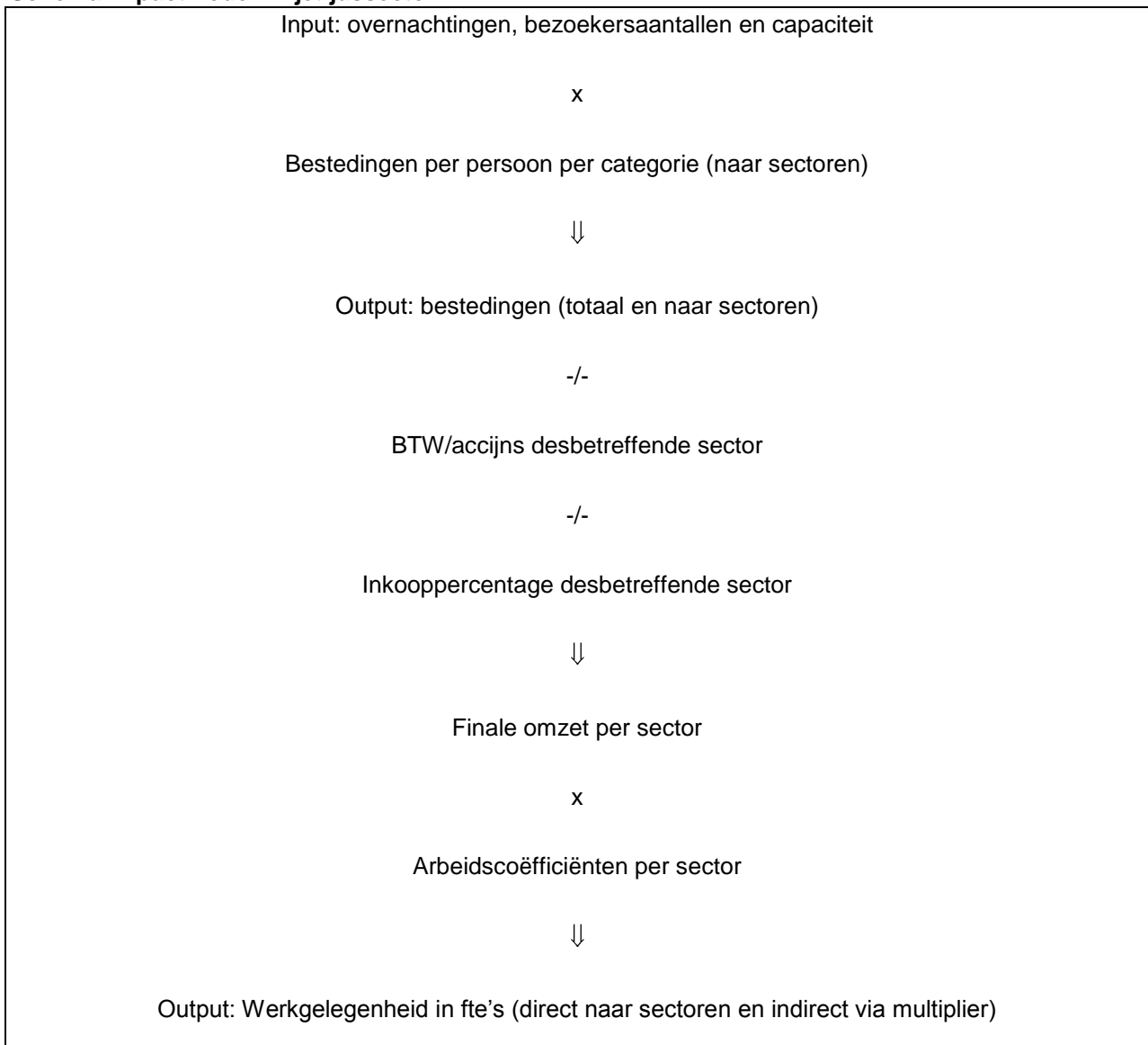
Project	Doel	Trekker	Betrokken partijen	Termijn	Investering Olst-Wijhe ³
	stuks en is gratis verkrijgbaar.				
23. Overige promotie Salland: website Salland nieuwsbrief, brochures				K	Via financiering Sallands Bureau
Overige projecten					
24. Loswal Wijhe	Realisatie horecavoorziening			ML	Zie coalitieprogramma 2006-2010

Bijlage 3 Beschrijving impactmodel Vrijtijdsector

Berekening economische betekenis

De economische betekenis van recreatie en toerisme in Olst-Wijhe zijn berekend met behulp van de methodiek van het Impactmodel Vrijtijdssector. De gehanteerde methodiek in het model is op de volgende pagina schematisch weergegeven.

Schema Impactmodel Vrijtijdssector



Onderstaand zijn kort de diverse componenten van dit schema toegelicht.

Input

In het model wordt onderscheid gemaakt tussen verblijfstoerisme en dagtoerisme. Voor beide vormen is nog nader onderscheid gemaakt tussen verschillende categorieën. Voor dit onderzoek is alleen

dagtoerisme relevant. De invoer hiervan bestaat uit bezoekersaantallen. Voor verblijfstoerisme bestaat de invoer uit overnachtingen en voor de vaste stand- en ligplaatsen uit de (bezette) capaciteit).

Output

De resultaten van de berekening geven de bestedingen en werkgelegenheid (direct en indirect) weer zowel in totaal als naar sectoren. De bestedingen zijn verdeeld naar sectoren (logies²⁷, horeca, detailhandel, entree en vervoer) en naar categorieën. In het model wordt geen rekening wordt gehouden met een 'weglek-effect'.

Berekeningen

Om de economische betekenis te berekenen, worden de bezoekersaantallen vermenigvuldigd met de gemiddelde bestedingen per persoon. De bestedingsniveaus verschillen per categorie. Aan de hand hiervan worden de totale bestedingen berekend.

Werkgelegenheid

De werkgelegenheid (per sector) kan worden berekend nadat de bestedingen per sector bekend zijn. Hiertoe dienen de totale bestedingen (per sector) te worden gecorrigeerd voor het BTW-tarief, accijnzen en de inkoopcomponent. Deze leveren immers geen werkgelegenheid in de desbetreffende sector op. Na deze correcties resulteren de finale bestedingen uit de toeristisch-recreatieve bestedingen.

De directe werkgelegenheid per sector wordt berekend door de finale bestedingen te vermenigvuldigen met de bijbehorende arbeidscoëfficiënt (weergegeven in termen van aantal mensjaren (FTE) werk per 1 miljoen Euro finale bestedingen). Na het vaststellen van de directe werkgelegenheid, kan de indirecte werkgelegenheid worden bepaald. Deze is met name het gevolg van toeleveranties (productiemiddelen, bouwnijverheid, dienstverleners (banken, verzekeringsmaatschappijen, wasserij, etc.) die nodig zijn om de bestedingen in de diverse sectoren te kunnen realiseren. De indirecte werkgelegenheid wordt met behulp van een multiplier bepaald. Deze multiplier bedraagt 1,39. Met andere woorden, 1 FTE directe werkgelegenheid genereert 0,39 FTE indirecte werkgelegenheid.

²⁷ Overnachtingkosten verblijfstoeristische accommodatie.

Bijlage 4 Overzicht interviews

Voor deze studie zijn onder andere telefonische gesprekken met tientallen aanbieders van verblijfsaccommodaties (zoals B&B's, campings, vakantiehuizen en groepsaccommodaties) en dagrecreatieve voorzieningen (zoals attracties, musea, monumenten, evenementen) verricht.

Daarnaast hebben er persoonlijke gesprekken plaatsgevonden met:

- Burgemeester A.G. J. Strien, tevens portefeuillehouder 'recreatie en toerisme'.
- Mevrouw van Veen, Medewerker Ruimtelijke Ontwikkelingen (Economie, Recreatie en Toerisme) gemeente Olst-Wijhe.
- De heer Jansen, uitbater Camping 't Haasje
- De heer Kelder en de heer Bouwhuis, Summercamp Heino
- Mevrouw Huisman, directeur Kulturhus Olst-Wijhe
- De heer Keuning, directeur van museum De Fundatie ('t Nijenhuis)
- De heer Bijsterbosch, eigenaar Eet Tapperij Bijsterbosch en camping De Stuurmanskolk
- Mevrouw Huisman, Salland Marketing

Bijlage 5 SMART

- S =** In de projectenomschrijving staat helder geformuleerd wat de gemeente wil bereiken, welke andere partijen bij het project betrokken zijn, waar het project moet plaatsvinden en waarom de gemeente dit project wil realiseren.

Voorbeeld:

Haalbaarheidsonderzoek naar de ontwikkeling van een kwalitatief hoogwaardige vorm van verblijfsrecreatie (natuurbungalowpark en/of landschapscamping) & ontwikkeling verblijfsrecreatie omgeving Fortmond. Dit levert naar verwachting 20 -25 extra (directe en indirecte) arbeidsplaatsen op.

- M =** Het is goed meetbaar in hoeverre de projecten gerealiseerd zijn omdat het veelal ruimtelijke projecten zijn waarbij kan worden vastgesteld of zij daadwerkelijk ontwikkeld zijn. Ook noemt de gemeente aantallen of oppervlaktes wat de meetbaarheid van de projecten vergroot.

Voorbeeld:

Ontwikkeling bungalowpark met maximaal 100 bungalows.

- A =** Is er draagvlak voor de diverse projecten bij de inwoners en de bestaande toeristische ondernemers in Olst-Wijhe? De gemeente heeft getracht de draagvlak te vergroten door een interactieve aanpak. Zij heeft verschillende vertegenwoordigers van Salland Marketing (voorheen: Sallands Bureau voor Toerisme), RECRON, LTO, Horeca Nederland, Toeristisch platform Olst-Wijhe en Staatsbosbeheer betrokken bij het opstellen van het beleidsplan en de bijbehorende projecten. Ook is er gesproken met lokale ondernemers en vertegenwoordigers van natuur-, landschap- en landgoederen waarmee de gemeente de aanvaardbaarheid van de projecten heeft vergroot. Het is niet mogelijk om iedereen te betrekken bij dit proces, maar de interactieve aanpak heeft zeker een positieve bijdrage aan het draagvlak voor deze projecten.

Voorbeeld:

Het is onduidelijk of er draagvlak is onder bestaande ondernemers en omgeving Fortmond voor de toeristische ontwikkeling van deze omgeving.

- R =** Een deel van de projecten (met name de drie hoofdprojecten) is niet realistisch gezien de huidige economische tijd waarin investeringen achterblijven en grootschalige ontwikkelingen moeilijk van de grond komen. Ook de schaal van de projecten is niet altijd realistisch.

Voorbeeld:

De gemeente wil een grootschalig en hoogwaardig kunstevenement in Olst-Wijhe dat in verloop van tijd circa 50.000 bezoekers moet trekken. Ter vergelijking de zeer bekende internationale jaarlijks terugkerende kunstbeurs TEFAF in Maastricht trekt circa 73.000 bezoekers. En 't Nijenhuis in Olst-Wijhe heeft in heel 2012 circa 60.000 bezoekers getrokken. Circa 50.000 bezoekers voor het kunstevenement in Olst-Wijhe in één weekend is daarmee zeer ambitieus en niet erg realistisch.

- T =** De projecten in het Ontwikkelingsplan Recreatie en Toerisme hebben geen duidelijke start- en einddatum, waardoor onduidelijk is wanneer de projecten gerealiseerd moeten zijn. De gemeente spreekt over korte, middellange en lange termijn. Het is beter om kwartalen te noemen voor korte termijn projecten en jaartallen voor de langere termijn.

Voorbeeld:

Voor de toeristische-recreatieve ontwikkeling van Fortmond moet het haalbaarheidsonderzoek op korte termijn plaatsvinden en de ontwikkeling ervan op middellange tot lange termijn.