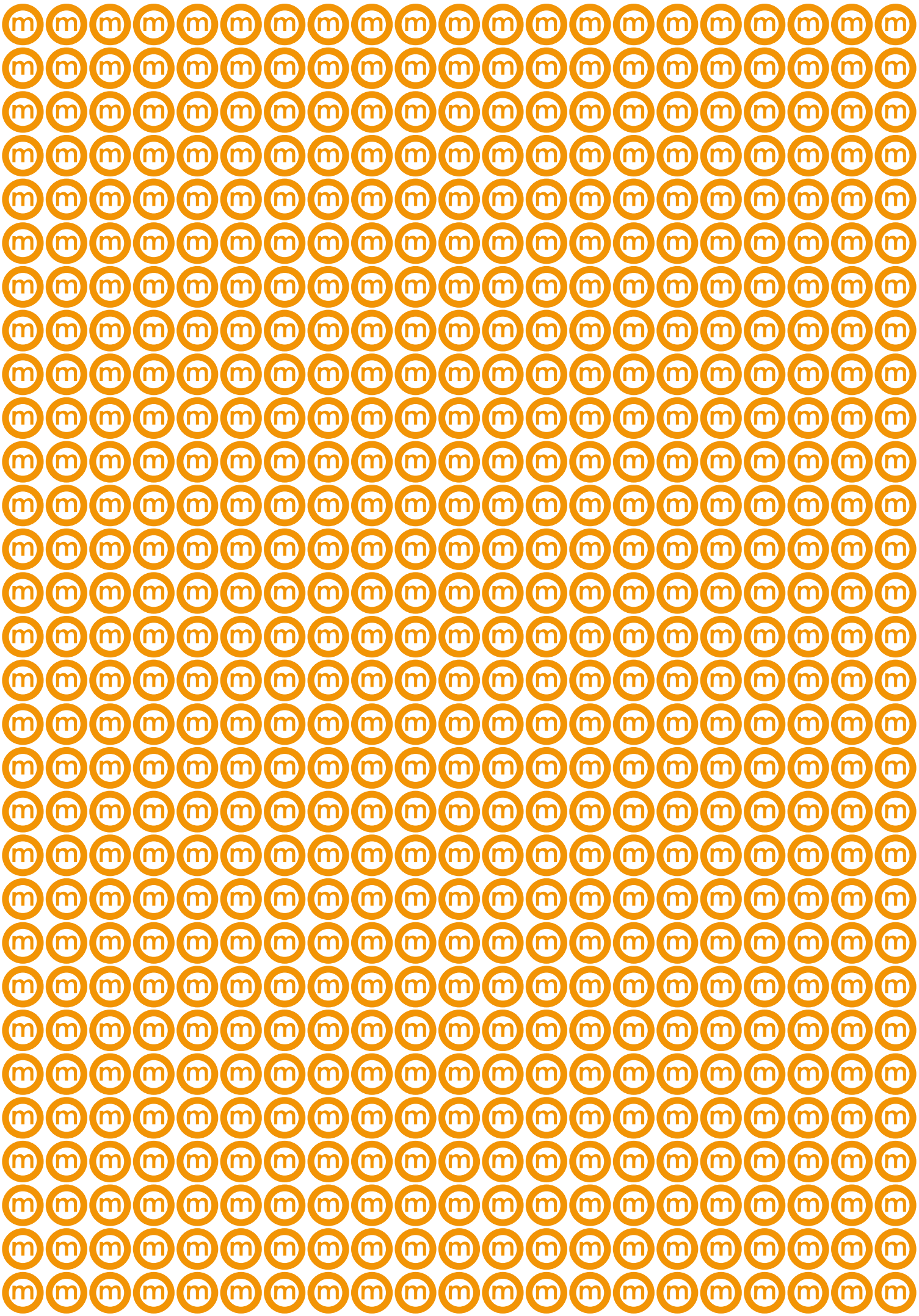
meppel.nl

Toeristisch Recreatief OntwikkelingsPlan 2.0
2013-2018
Meppel, Verbindende Stad met Stijl



Toeristisch Recreatief OntwikkelingsPlan 2.0
2013-2018
Meppel, Verbindende Stad met Stijl

mei 2013

Leeswijzer

Haastige lezers kunnen volstaan met het lezen van de samenvatting. Hierin staat waarom het gaat binnen Toerisme en Recreatie de komende jaren in Meppel. Lezers die willen weten wat er gaat gebeuren in Meppel moeten vooral de hoofdstukken 3 en 5 lezen. Lezers die willen weten hoe de sector ervoor staat en waar de kansen liggen vinden soelaas in hoofdstuk 2. Lezers ten slotte die graag van de hoed en de rand weten, lezen het beste het hele document.

Inhoudsopgave

Leeswijzer 5

Inhoudsopgave 7

Samenvatting 11

Inleiding 13

Hoofdstuk 1 VISIE – deel 1, de eerste contouren 15

1.1. Missie 15

1.2. Doelstellingen en indicatoren 15

1.3. Ontwikkelthema's TROP 2.0 15

Hoofdstuk 2 Analyse 17

2.1. Definitie en afbakening van de T&R sector 17

2.2. Beleidskader 17

2.3. Doelgroepen 17

2.4. Werkgelegenheid 18

2.5. Bestedingen 19

2.6. Horeca 19

2.7. Verblijfsrecreatie en dagrecreatie 20

2.8. Winkelfunctie 21

Hoofdstuk 3 Visie – deel 2, uitwerking 23

3.1. Vier ontwikkelthema's 23

3.1.1. Ambities 23

Thema I Meppel als stad van verbinding 24

3.2.1. Algemeen 24

3.2.2. Meppel per auto 24

3.2.3. Meppel en het spoor 25

3.2.4. Fietsverbindingen 25

3.2.5. Wandelpaden en wandelroutes 26

3.2.6. Bewegwijzering fietsen en wandelen 26

3.2.7. Vaarverbindingen 27

Thema II Meppel als cultuurhistorische handelsstad 28

3.3.1. De cultuurhistorische waarde van Meppel 28

3.3.2. Water 28

3.3.3. Grachten 29

3.3.4. Watererfgoed 29

Thema III Meppel, leisurestad met regionale uitstraling 29

3.4.1. Een uitje in Meppel 30

3.4.2. Winkelen 30

3.4.3. Horeca 31

3.4.4. Evenementen 31
3.4.4.1. Een evenementenhal 31
3.4.5. Kunst & cultuur 32
3.4.6. Mountainbiken 32
3.4.7. Skeeleren 32
3.4.8. Ruiter- en menroutes 32
Thema IV Meppel en de verblijfsrecreatie 33
3.5.1. Hotel 33
3.5.2. Bed & breakfast 33
3.5.3. Campings 33
3.5.4. Camperplaatsen 34
3.5.5. Bungalows 34
3.5.6. Bijzondere vormen van verblijfsrecreatie 34
3.5.7. Ligplaatsen voor bezoekers 34

Hoofdstuk 4 Organisatorische zaken 35

4.1. De eigen organisatie 35
4.1.1. De rol van de gemeente 35
4.1.2. Citymarketing 35
4.1.3. VVV-functie 35
4.2. Lokale inbedding 36
4.2.1. Ondernemersfonds Meppel 36
4.2.2. Toeristisch Platform Meppel 36
4.2.3. Ondernemerscontacten 36
4.3. Regionale inbedding 37
4.3.1. Het netwerk ‘Bestemming Zuidwest Drenthe’ 37
4.3.2. Marketing Oost en Marketing Drenthe 37
4.3.3. Recreatieschap Drenthe 37
4.3.4. TouristInfo Drenthe 38
4.3.5. Idyllisch Reestdal 38
4.4. Kennisinstituten 38
4.5. Toeristenbelasting 38

Hoofdstuk 5 Uitvoeringsagenda TROP 2.0 39

Bijlage 1. Gerealiseerde acties uit TROP 2005 43

Bijlage 2. Een vergelijking van de T&R-werkgelegenheid in Meppel en in Drenthe 47

Bijlage 3. Trends op het gebied van Toerisme en Recreatie 49

Bijlage 4. SWOT analyse Toerisme en Recreatie in Meppel 51

Bijlage 5. Doelgroepanalyse 53

Bijlage 6. De banengroei in alle Drentse gemeenten 2007-2012 in de T&R-sector 55

Colofon

Uitgave van: gemeente Meppel / **Afdeling:** Ontwikkeling en Strategie /

Ontwerp en vormgeving: gemeente Meppel / **Datum:** mei 2013

Samenvatting

Het toeristisch recreatieve beleid voor de komende vier jaar zet in op het doortrekken van groei en dynamiek. Dit doen we door de sterke punten van Meppel uit te buiten en de zwakke punten verder te ontwikkelen. Over vier jaar meten we het succes van dit beleid aan de hand van twee indicatoren, namelijk de werkgelegenheid in de sector en de inkomsten op het gebied van toerisme en recreatie. Het beleidsmatige hart van het TROP valt uiteen in vier thema's. Vanuit deze vier thema's willen we de groei realiseren. Daarvoor is nodig dat we onze ambities op de thema's kunnen waarmaken. De thema's en de ambities zijn:

De ambitie voor het thema Meppel, stad van verbinding
De ambitie voor het thema stad van verbinding vanuit T&R is dat de bereikbaarheid van de stad in 2018 zodanig is, dat er geen beperkingen zijn, die door de gemeente oplosbaar zijn. Met andere woorden, het toeristisch recreatieve belang van de bereikbaarheid van Meppel is zo groot, dat de eigen organisatie, binnen het redelijke, alles moet doen om de bereikbaarheid zo groot mogelijk te maken.

De ambitie voor het thema Meppel als cultuurhistorische handelsstad
We willen in de periode tot 2018 ten minste twee succesvolle projecten zien die inhaken op het cultuurhistorisch-watererfgoed in combinatie met toerisme en recreatie.

De ambitie voor het thema Meppel als leisurestad
We ambiëren een gemiddelde groei van het aantal dagbezoeken van 10% over de periode 2013-2018. Met andere woorden, we streven naar een groei van 100.000 dagbezoeken in 2018.

De ambitie voor het thema Meppel en de verblijfsrecreatie
We willen de komende jaren groei realiseren in de verblijfsrecreatie. Onze strategie hierbij is om meerdere ijzers in het vuur te hebben. De gedachte hierachter is dat we als gemeente beperkt invloed hebben op de markt. We kunnen echter wel stimuleren, initiëren, meedenken en faciliteren en dat gaan we ook doen. We zetten daarom in op een gemiddelde groei van 10% over de periode 2013-2018. De ambitie is om in 2018 een kleine 42.000 overnachtingen per jaar te halen.

De sterke kanten van Meppel hangen enerzijds samen met Meppel als stad en anderzijds met de ligging van Meppel in een aantrekkelijke regio. Meppel heeft als cultuurhistorische stad op zichzelf toeristisch recreatieve waarde. Zo zijn er het water, de grachten, de panden en de pleinen. Verder heeft Meppel een nadrukkelijke uitstraling naar de regio. Dit zien we bijvoorbeeld terug in de winkelfunctie van Meppel en in de impact op de regio van de Meppeler evenementen. Dit zijn waarden om te koesteren en waar mogelijk te versterken.
Aan de andere kant staat de verblijfsrecreatie in Meppel in de kinderschoenen. Er zijn weinig kwalitatief goede overnachtingsmogelijkheden en dit zien we terug in de cijfers. Wat betreft het stimuleren van groei in de verblijfsrecreatie hebben we als gemeente slechts beperkte mogelijkheden. Het meeste heil zien we in Bed&Breakfast voorzieningen in en rond de binnenstad. Deze zijn er nu niet of nauwelijks. Maar ook andere mogelijkheden komen in het TROP aan de orde. Binnen de mogelijkheden die we als gemeente hierin hebben, willen we hier de komende jaren proberen groei te realiseren.
Aanknopingspunten voor verdere groei zien we ook in de horeca. Hoewel geroemd vanwege het gezellige, bruisende karakter, zou groei mogelijk moeten zijn door het horeca-aanbod te verbreden. Meer diversiteit in het aanbod boort naar verwachting andere doelgroepen aan. Door hierover in gesprek te gaan met de horeca zijn wellicht initiatieven aan de markt te ontlokken.
Een sterk punt van Meppel is het vaartoerisme. Meppel doet het goed als stad om als vaartoerist te overnachten. Bovendien verwachten we meer vaartoeristen door de nieuwe vaarverbinding Hoogeveense Vaart en het traject Erica – Ter Apel. Ongetwijfeld trekt dit meer toeristen vanuit Duitsland en meer mensen die een rondje Drenthe willen varen. Door de bereikbaarheid van Meppel te versterken, en de faciliteiten en het aantal overnachtingsplekken voor vaartoeristen uit te breiden, kunnen we hierin verder groeien.

Hetzelfde geldt voor campergasten. In Meppel, en ook landelijk, zijn campers nog steeds een groeimarkt. Gezien de toenemende vergrijzing verwachten we dat dit ook de komende jaren zo zal blijven. Door de kwantiteit en de kwaliteit van camperplaatsen te verhogen kunnen we de toeristisch recreatieve sector stimuleren.
Nog een sterk punt van Meppel is de winkelfunctie. Vanuit het economisch beleid, meer specifiek de detailhandelsvisie, is het, ook vanuit het toeristisch recreatieve beleid, verstandig de detailhandel zoveel mogelijk te ondersteunen en ervoor te zorgen dat de binnenstad niet leeggezogen wordt door recreatieve winkelvoorzieningen te creëren buiten de binnenstad.
Een ander punt is dat de aantrekkelijkheid van de regio de toeristisch recreatieve sector in Meppel kan versterken als we er in slagen regionale toeristen en recreanten naar Meppel te trekken. Eerste vereiste daarvoor is dat de ontsluiting van Meppel op de regio optimaal is. Eigenlijk is dit budgettair vanuit toerisme en recreatie alleen niet te realiseren. Daarom lopen afwegingen op dit terrein veelal via andere, meestal ruimtelijke projecten. In dit TROP zijn bijvoorbeeld actueel: de vaarverbinding van Nieuwveense Landen naar De Wieden, de verdere ontwikkeling van Bleekerseiland en de finishing touch van het Reestdalproject .
Tweede vereiste is dat bezoekers de weg vinden in Meppel. Dat ze meteen bij binnenkomst een goede eerste indruk van de stad hebben, dat ze hun auto of fiets gemakkelijk kwijt kunnen, en dat ze vervolgens genieten van de stad, met zijn winkels, pleinen, grachten, panden en sfeer. Onder andere in het kader van dit TROP zijn afspraken gemaakt ten aanzien van onderhoud en inrichting van de entrees van Meppel, bebording en parkeren.
Routering is ook een aandachtspunt. Anno 2013 zetten we vooral in op de digitale toeristische informatievoorziening. Belangrijk voor toerisme en recreatie zijn natuurlijk de evenementen. Zo belangrijk dat evenementen een eigen beleidsnota verdienen. Advisering op dat gebied vindt dus niet plaats in dit TROP.
Meppel heeft binnen de gemeentelijke organisatie onderdelen die zich specifiek bezighouden met toerisme en recreatie. Dit gebeurt vanuit beleid, vanuit coördinatietaken en vanuit citymarkering. Daarnaast participeert de gemeente in lokale overlegorganen. Belangrijk, om voeling te houden met het veld en om elkaar goed op de hoogte te houden. In het TROP wordt overigens enige bijsturing in de organisatie hiervan voorgesteld. Ook bovenregionaal neemt de gemeente deel aan diverse samenwerkingsverbanden. Om optimaal te profiteren van zowel aansluiting bij de Drenthe als bij de Kop van Overijssel is de samenwerking in twee regio's essentieel.

Inleiding

Dit nieuwe Toeristisch Recreatief OntwikkelingsPlan (TROP 2.0) biedt een geactualiseerd, gethematiseerd en samenhangend kader voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme in de gemeente Meppel.

Het eerste TROP uit 2005 met de werktitel “Meppel, daar moet je langs” kende twee doelstellingen: het realiseren van een verdubbeling van de werkgelegenheid in de sector en het verkrijgen van een levendiger en aantrekkelijker centrum met behoud en versterking van de ruimtelijke kwaliteit. In de jaren nadien is hiervoor het nodige gebeurd. Er is flink geïnvesteerd in de aantrekkelijkheid van de binnenstad, Citymarketing Meppel is opgericht en de Meppeler evenementen waren succesvol. Dit alles heeft geleid tot groei van de werkgelegenheid. Op het gebied van aanleg van nieuwe en verbetering van bestaande infrastructuur, verbindingen en voorzieningen voor toeristen en recreanten is eveneens het nodige gerealiseerd. Bijlage 1 is biedt een overzicht van wat in de afgelopen 7 jaar is gerealiseerd. Anno 2013 heeft het TROP uit 2005 een herijking nodig om te kunnen fungeren als leidraad voor een praktische uitvoeringsagenda.

Op veel terreinen heeft Meppel een stevige rol in de regio. Op het gebied van werkgelegenheid, onderwijs, zorg etc. vervult ze een regiofunctie. Dit zien we slechts gedeeltelijk terug in de toeristisch recreatieve sector. Zo is de winkelfunctie van Meppel zeker regionaal te noemen, maar is de werkgelegenheid in de toeristisch recreatieve sector klein. Zo zijn er meer onderwerpen uit te lichten, en dat gaan we in de voorliggende nota ook doen. De toeristisch recreatieve sector vraagt specifiek beleid. Tegelijkertijd is het een beleidsterrein dat veel raakvlakken heeft met andere beleidsterreinen en met de Structuurvisie. Het integrale karakter zal in de verdere beleidsontwikkeling en in de uitvoering naar voren komen.

Met gerichte inspanningen moet het mogelijk zijn de komende jaren tot meer toeristisch-recreatieve dynamiek te komen. Dat is belangrijk want recreanten en toeristen zorgen voor bestedingen in de horeca en detailhandel en zijn daarmee een belangrijke inkomstenbron voor de lokale economie. Voor de komende jaren is de missie om de sterke punten van Meppel meer te benutten voor groei van de T&R sector, en de zwakke punten te versterken.

Dit beleidsplan is als volgt opgebouwd. Na de eerste schermutselingen, zoals een inleiding en een samenvatting, wordt in hoofdstuk 1 de visie uiteengezet. In hoofdstuk 2 volgt een analyse van de sector. In combinatie met de uitgangspunten uit de visie leidt de analyse tot vier thema’s. Deze thema’s vormen het beleidsmatige hart van de nota. Ze worden behandeld in hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 handelt over organisaties en samenwerking. In hoofdstuk 5 staan alle acties en beleidsvoornemens op een rij in de uitvoeringsagenda. Voor zover al voorzien is in dekking is dit meegenomen. Tenslotte bevat dit document een aantal bijlagen.

BOLNES

Hoofdstuk 1 VISIE – deel 1, de eerste contouren

In dit hoofdstuk maken we duidelijk waarop we de komend jaren willen inzetten, waar dat toe moet leiden en hoe we gaan volgen of het beleid succesvol is. We behandelen hieronder de missie, de doelstellingen, de indicatoren en de monitoring.

1.1. Missie

Missie TROP 2013-2018:
Wij zetten in op het versterken van toerisme en recreatie door gebruik te maken van de unieke ligging van Meppel, tussen de Nationale Parken en het Reestdal. Hierbij maken we optimaal gebruik van de recreatieve functies van het water en de kwaliteit van de binnenstad.

1.2. Doelstellingen en indicatoren

Voor de komende jaren willen we de T&R-sector verder ontwikkelen. Dit betekent dat we groei willen realiseren. Groei, omdat de sector in Meppel klein is, terwijl stad en regio veel te bieden hebben. Groei ook omdat T&R een stimulans kan zijn voor de lokale economie.
Dit leidt tot de volgende concrete doelstellingen voor de periode 2013-2018:

1. **Een gemiddelde groei van jaarlijks 5% meer uitgaven in T&R;**
2. **Een gemiddelde jaarlijkse werkgelegenheidsgroei van 7% in T&R.**

Beide doelstellingen geven inzicht in de mate waarin toerisme en recreatie bijdraagt aan economische dynamiek in Meppel in termen van werkgelegenheid en uitgaven in de sector.
De werkgelegenheidsgroei in de sector en het uitgavenniveau (bestedingen) gelden als indicatoren die het belang van T&R als economische sector duidelijk maken[1] (bij de uitgaven wordt rekening gehouden met een inflatiecorrectie).

1.3. Ontwikkelthema's TROP 2.0

Om de economische spin-off van de recreatief-toeristische sector te vergroten is het zaak om de vertrekpunten uit de analyse en het bestaande beleid te vertalen in ontwikkelthema's waar de meeste winst te behalen is. Hieronder vatten we de vertrekpunten samen:
Als missie is geformuleerd om de ideale ligging van Meppel beter te benutten. Mensen die de regio aandoen zouden juist naar Meppel moeten komen voor enig stads vertier. De regio heeft veel natuurschoon en is daarmee aantrekkelijk voor recreanten, en Meppel biedt als stad daarop de perfecte aanvulling. Meppel als kers op de taart.
Afgeleid van de missie zijn twee doelstellingen, namelijk het verhogen van de bestedingen van recreanten en het stimuleren van de werkgelegenheid in de T&R-sector. Cijfers om dit te monitoren zijn beschikbaar en geven een goede indicatie van hoe de vlag erbij hangt op het gebied van T&R.
Hoewel de laatste jaren de T&R- werkgelegenheid in Meppel licht is gestegen[2] is het een kleine sector in Meppel. Dit doet vermoeden dat er nog veel onbenut groeipotentieel is. In het vervolg van deze nota wordt dit vermoeden verkend aan de hand van thema's waarlangs de ontwikkeling te realiseren is. Welke dit precies zijn en hoe we ze precies definiëren schetsen we na de analyse die nu eerst volgt. Duidelijk is al wel dat ze gaan over de aantrekkelijke waarden van Meppel zelf en over de verbinding van Meppel en de omliggende regio. Daarmee sluiten ze aan bij onze missie.

---

1 Monitoring: We beschikken over één bron, die het uitgavenniveau meet. Dit is de Ecorys-monitor. De laatste monitor draagt de titel 'Toerisme in Drenthe verdient meer'. (Recreatieschap Drenthe, December 2012. Voor de werkgelegenheid hebben we twee bronnen: het Provinciaal Werkgelegenheidsregister van de Provincie Drenthe (PWR) en (alweer) de Ecorys-monitor. Het Ecorys-rapport werkt echter met een afwijkende indeling van de sector voor wat betreft de werkgelegenheid. Vandaar dat we voor het meten van de werkgelegenheidsdoelstelling het PWR als bron gebruiken. De PWR-cijfers komen jaarlijks uit. Waardevol van de Ecorys-monitor is dat hij dieper inzoomt op de dag- en verblijfsrecreatie. Deze zijn interessant en nemen we de komende jaren mee in de monitoring.
2 Voor Drentse begrippen zelfs fors (zie de bijlage, Banengroei in Drentse gemeenten).

Hoofdstuk 2 Analyse

Hieronder volgt een analyse van verwante beleidsterreinen, van relevante cijfers en andere analyses. Aan de orde komen zaken als voorkeuren van de doelgroep van T&R, de werkgelegenheid, bestedingen, het soort recreatie in Meppel en de horeca. Dit leidt tot inzicht in waar voor Meppel ruimte ligt voor groei. Deze ruimte wordt benut binnen de ontwikkelthema's.

2.1. Definitie en afbakening van de T&R sector

Spreken we over de T&R sector dat is het handig om te weten wat daaronder verstaan wordt. Bedrijven, organisaties en instellingen zijn ondergebracht in de zogenaamde Standaard BedrijfsIndeling (SBI). De SBI-indeling kent secties, afdelingen, groepen en klassen. Kijken we op groepsniveau, dan horen sommige groepen volledig tot de T&R sector en sommige maar gedeeltelijk. Om te kunnen vergelijken – landelijk, provinciaal, intergemeentelijk - zijn dus afspraken nodig. Deze zijn in 2009 gemaakt en gaan vooral over de mate waarin groepen toegeschreven worden aan de sector. Het voert te ver de standaard en de wegingsfactoren van groepen hier verder te behandelen. We volstaan met een overzicht van de SBI-groepen die volgens de standaard geheel of gedeeltelijk bij T&R horen:

- Logiesverstrekking;
- Horeca;
- Detail- en groothandel;
- Vervoer;
- Cultuur, recreatie en amusement;
- Sport;
- Overig.

Spreken we in het vervolg over de T&R sector dan gaan we uit van de standaardindeling. Tellen we de werkgelegenheid in de T&R sector dan zijn het dus de banen in de bovenstaande groepen die geheel of gedeeltelijk (in overeenstemming met de landelijke standaard) meetellen.

2.2. Beleidskader

Op economisch terrein zijn de afgelopen jaren diverse onderzoeken uitgevoerd en beleidsstukken geschreven. Het TROP haakt aan bij deze documenten. Het gaat om de Sociaal Economische Visie & Agenda, de Detailhandelsvisie en Citymarketing Meppel. Om de Structuurvisie 2013-2030 ('Toerisme en recreatie in Meppel', hoofdlijnennotitie ten behoeve van de structuurvisie, Grontmij, 2013), de Visie Groenbeleid, het Gemeentelijk verkeer en Vervoersplan en de Cultuurnota.
Uitgangspunten die deze beleidsstukken opleveren en die van belang zijn voor een stabiel en succesvol T&R beleid zijn: het belang van innovatie, kwalitatieve impulsen op diverse terreinen en locaties, slagkracht door flexibiliteit, water (in meerdere opzichten), Meppel als winkelstad en het merkconcept van Citymarketing ***Meppel, Open, Stads en Sjiek***. Ze zijn vervlochten in de uitwerkingen in de thema's.

2.3. Doelgroepen

Er is een leefstijlanalyse uitgevoerd[3] om de doelgroep 'recreant en toerist in Meppel' te kunnen onderscheiden en zo behoeften in kaart te brengen. Dit is gedaan op basis van het zo geheten kleurenmodel van de Recreantenatlas.[4]

In de onderstaande tabel zijn de uitkomsten van de kleurensegmentatie terug te vinden voor Nederland, de provincie Drenthe, de regio Zuidwest Drenthe en Meppel. In Meppel hoort het grootste deel van de doelgroep Gezellig Lime en Rustig Groen. Ook Uitbundig Geel is redelijk groot (maar kleiner dan elders), terwijl Inspirerend Rood in Meppel juist groter is dan elders (een inwoner die je verwacht in een stad met stijl).

3 Binnen het project Bestemming Zuidwest Drenthe van het Recreatieschap Drenthe, 2010-2012.
4 Zie bijlage voor de beschrijving van deze segmenten.

Segment	Provincie Drenthe	Zuidwest Drenthe	Meppel	Nederland
Uitbundig geel	19%	19%	**16%**	18%
Gezellig Lime	27%	30%	**25%**	24%
Rustig Groen	17%	18%	**21%**	16%
Ingetogen Aqua	16%	13%	10%	17%
Ondernemend Paars	5%	7%	6%	9%
Luxe en stijlvol Blauw	10%	8%	8%	9%
Inspirerend Rood	6%	6%	**13%**	6%

De kleuren die er in Meppel uitspringen worden onder de tabel toegelicht. Het gehele kleurenspectrum staat in bijlage 5.

Uitbundig Geel: Uitbundig gele mensen willen genieten van het leven, doen waar ze zin in hebben en actief en sportief bezig zijn. Zoeken de gezellige drukte op, een beetje afwisseling en avontuur past daarbij.
Gezellig Lime staat voor even weg willen uit de dagelijkse beslommeringen en gezellig iets met het gezin doen. Geen sociale verplichtingen en doen waar men zin in heeft, al te hoge eisen aan het product worden niet gesteld.
Rustig Groen staat voor rustige recreanten zonder grote wensen, zij houden van privacy en vermijden de drukte. Groene recreatie is even opladen en rust nemen in de eigen vertrouwde omgeving, even niets moeten.
Opvallend is dat Meppel een oververtegenwoordiging kent van de Creatief en Inspirerend Rode Leefstijl ten opzichte van de landelijke, provinciale en regionale uitkomsten.
Inspirerend Rood staat vooral voor vrijheid, actief bezig zijn en nieuwe dingen ontdekken. Naast sportiviteit en inspanning zoekt men naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.
Tot zover de analyse van de doelgroep. In het vervolg van het TROP zullen ze af en toe terugkomen.

2.4. Werkgelegenheid

In 2005 was een verdubbeling van de werkgelegenheid in de T&R sector[5] één van de doelstellingen. Er werd toen gewerkt met cijfers van de Kamer van Koophandel. De Kamer telt alle banen van meer dan 15 uur als fulltime. Tegenwoordig werken we met cijfers van het Provinciaal Werkgelegenheidsregister (PWR). Daarin worden banen van meer dan 12 uur als fulltime aangemerkt. Een vergelijking tussen beide bronnen gaat dus niet.
Een vergelijking van PWR cijfers uit 2007 en uit 2012 toont dat Meppel een banengroei in de T&R-sector heeft van meer dan 10%. In Drenthe hebben alleen Assen en Hoogeveen een grotere banengroei in de T&R sector gehaald over de periode 2007-2012, en heeft Borger-Odoorn een groei van vergelijkbare omvang (zie bijlage 6). Met andere woorden, Meppel scoort goed in dit verband.
Een andere bron die iets over de werkgelegenheid zegt is Ecorys. Ecorys kijkt onder andere naar de opbouw van de werkgelegenheid in de T&R sector. Het aandeel in de werkgelegenheid in Meppel in de T&R sector op de totale werkgelegenheid is 5%, dit is iets lager dan het Nederlandse gemiddelde van 5,4%[6].

5 Van 150 directe banen en 310 indirecte banen van + 15 uur naar 900 banen van + 12 uur
6 N.B. Bij dit lage aandeel is de juiste context van belang: Meppel biedt in andere sectoren op regionale schaal werkgelegenheid. Dit gaat niet op voor bijv. een plattelandsgemeente als Westerveld waar 20,5% van de werkgelegenheid is gebaseerd op recreatie en toerisme.

Interessant in de Ecorys-cijfers is om te zien dat de werkgelegenheid in de verblijfsrecreatie veel kleiner is dan in de dagrecreatie. In bijlage 2 is een tabel opgenomen waarin een vergelijking gemaakt wordt tussen de Meppeler T&R-werkgelegenheid en de Drentse.
De tabel laat zien dat de verblijfsrecreatie fors kleiner is dan de dagrecreatie. In de volgende paragraaf kijken we of we dit ook terugzien in de bestedingen.

2.5. Bestedingen

Het Ecorys rapport laat zien dat in Meppel in 2007 € 1,2 miljoen werd besteed aan vakantie-uitgaven, en in 2011 € 1,3 miljoen. Een toename van een ton. Aan dagrecreatie werd in Meppel in 2007 € 10,2 miljoen uitgeven, in 2011 € 11,1 miljoen. Een toename van 9 ton. Deze stijging van 2007 naar 2011 ligt in beide gevallen in lijn met de inflatiecorrectie. Voor heel Drenthe is het beeld hetzelfde. De uitgaven in Drenthe zijn van € 409 miljoen naar € 457 miljoen gestegen. Verder zien we, wat we hierboven ook bij de werkgelegenheid zagen, dat de verblijfsrecreatie aanmerkelijk kleiner is dan de dagrecreatie. Dit brengt ons bij het volgende onderwerp, de horeca. Hoe is die opgebouwd?

2.6. Horeca

De horeca is een belangrijk bestanddeel binnen de T&R sector en hoort thuis bij het thema leisure. Vanuit de analyse zoomen we er hieronder nader op in.
Volgens de cijfers van Horeca Nederland liggen de cijfers voor de gehele horeca in Meppel onder het Drentse en landelijke gemiddelde. Het aantal horecavestigingen per 10.000 inwoners is in Meppel 21,2, terwijl dat in Drenthe 24,3 en in Nederland 26,1 is.

Kerncijfers horeca	Aantal bedrijven		
	Meppel	Drenthe	NL
fastservicesector	18	250	10418
restaurantsector	20	287	11012
drankensector	25	455	17062
hotelsector	4	147	3154
horecabedrijven	69	1192	43631
horecabedrijven per 10.000 inw	21,2	24,3	26,1

Bron: abf.kenniscentrum horeca.nl

Verrassend, omdat, gezien de streekfunctie van Meppel, een hogere uitkomst zou worden verwacht. Een kleine steekproef laat ook zien dat mensen denken dat Meppel juist veel horeca heeft. Goed voor een nadere analyse.
De horeca laat zich opsplitsen in de volgende onderdelen[7]:

- Fastfood: 18
- Hotels: 4
- Restaurants: 20
- Dranken: 25

Dit leidt tot de volgende voorzichtige conclusie. Misschien is er weinig onderscheid in het horeca-aanbod. Er zijn bijvoorbeeld 7 cafetaria's en 4 shoarmazaken en maar 2 lunchrooms. Er zijn 15 café's/bars, veelal van het type "gezellige bruine kroeg", maar geen Grand Café of English Tearoom. Kortom, er is niet zoveel variatie en daardoor lijkt het misschien alsof er veel horeca is.

7 Abf. Kenniscentrum horeca.nl

Als deze redenering klopt betekent het dat slechts een smalle doelgroep bediend wordt door het huidige horecabestand. Het betekent ook dat een andere mix nodig is om aan te sluiten bij het merk Meppel (Open, Stads en Sjiek), en het betekent (…nog steeds als de redenering klopt…) dat dan meer doelgroepen in Meppel te bedienen zijn (bijvoorbeeld Inspirerend Rood) en dat daarmee voor meer recreanten Meppel aantrekkelijk kan zijn. In het thema Meppel, leisurestad wordt dit verder opgepakt.
Tot slot springt het geringe aantal hotels eruit. Dit komt onder andere in de volgende paragraaf nader aan de orde.

2.7. Verblijfsrecreatie en dagrecreatie

Opvallend, maar niet verrassend, is het geringe aantal overnachtingsmogelijkheden in Meppel. Daarover gaat deze paragraaf.
Meppel scoort slecht als het gaat om overnachtingslocaties. Zoals gezegd, Meppel's aandeel in het totaal aan overnachtingen in Drenthe is 0,5 %, waarmee Meppel de slechtst scorende Drentse gemeente is.
In 2011 was er sprake van 38.000 overnachtingen[8]. Hiervan zijn bijna 8000 bootovernachtingen en bijna 1700 camper- en tentovernachtingen[9]. Dit is overigens het hoogste aantal overnachtingen op het water in Drenthe en bijna 20% van alle overnachtingen in Meppel. Dit aantal overnachtingen groeit. Meppel heeft ca. 120 vaste ligplaatsen en 100 passantenplaatsen. Daarnaast zijn er 5 permanente ligplaatsen voor historische schepen. In Rogat zijn er circa 10 aanlegplaatsen en bij de sluis bij de Kalkovens zijn er eveneens 10 ligplaatsen. De Nederlandse vaarsector groeit met 1,5% per jaar. Er zijn in Nederland zo'n 400.000 plezierjachten. Gemiddeld geven vaarrecreanten € 70,00 per dag uit.

Hieronder een tabel met cijfers over dagbezoeken[10] en overnachtingen in Meppel. 2007 en 2011 worden vergeleken:

	2007	2011
Aantal dagtochten * 1000	1049	1048
Aandeel van Meppel op Drenthe totaal	4,2 %	4,2 %
Aantal overnachtingen * 1000	40	38
Aandeel van Meppel op Drenthe totaal	0,5 %	0,5 %

Bron: Ecorys, Toerisme in Drenthe: 'de groene motor', 2007, 76 en Ecorys, Toerisme in Drenthe verdient meer, 2012, 67.

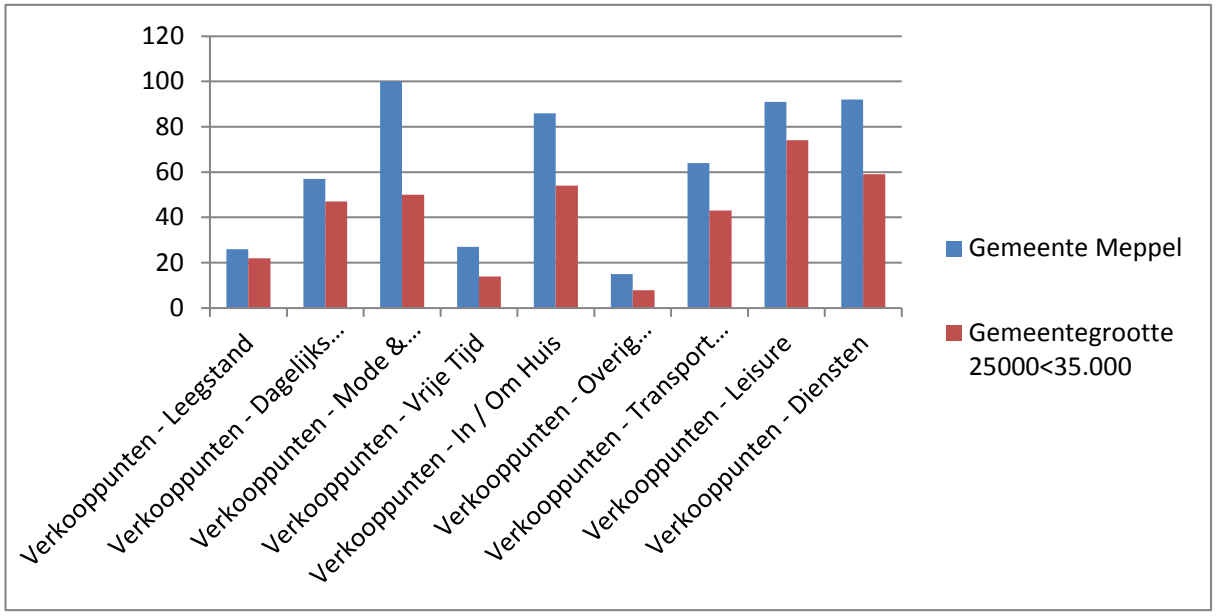
De tabel toont een stabiel beeld, waarbij Meppel zowel in 2007 als in 2011 nauwelijks een aandeel heeft in Drenthe. Deze cijfers bevestigen ook wat we hierboven al zagen, namelijk dat de 100.000 € toename aan bestedingen geen werkelijke groei is, anders zou immers ook een toename van dagbezoeken of overnachtingen te zien zijn. Overigens trekken de Donderdag Meppel Dagen jaarlijks 145.000 bezoekers.
Meppel heeft vanuit het verleden een rijke historie op gebied van hotels. Door de bloeiende handel op de markten in de stad waren er op een gegeven moment wel 17 hotels gevestigd. Momenteel zijn er vier hotels met gezamenlijk 36 kamers[11]. Dit is weinig, bovendien laat de kwaliteit te wensen over. In de paragraaf Meppel en de verblijfsrecreatie wordt dit verder uitgewerkt.

8 bron: Ecorys Toerisme in Drenthe verdient meer (Recreatieschap Drenthe en Provincie Drenthe, December 2012)
9 Het aantal camper- en tentovernachtingen is de laatste jaren telkens met een paar 100 gestegen. Dit is ook landelijk de trend.
10 Dagtochten in het statistische T&R jargon
11 Kerncijfers hotelsector, horeca Nederland, 2012

Interessant is, dat in de directe omgeving (Westerveld, Steenwijkerland, IJhorst, De Wolden) jaarlijks zo'n 2 miljoen overnachtingen plaatsvinden. Er zijn geen gegevens waaruit is af te leiden in hoeverre deze overnachtingen er toe leiden dat mensen een dag in Meppel besteden. 2 miljoen overnachtingen zijn geen 2 miljoen toeristen, maar het is wel een dusdanige hoeveelheid dat het loont ze naar Meppel te lokken[12].

2.8. Winkelfunctie

Meppel heeft in alle segmenten van het winkelbestand meer verkooppunten dan haar grootteklasse, zonder meer een onderscheidende kwaliteit van Meppel. Opvallend zijn modewinkels en winkels met spullen voor in en om huis. Beide horen bij recreatief winkelen. Dit onderbouwt de stelling dat Meppel een aanzienlijke regiofunctie als winkelstad heeft. Net als andere gemeenten kampt ook Meppel met leegstand. Niet verontrustend, maar wel een gegeven om in de gaten te houden.



Bron: Meppel in cijfers, locatus, bewerking abf research

12 Overigens zijn dagrecreatieve voorzieningen niet alleen voor toeristen gewenst. Ook eigen inwoners waarderen de aanwezigheid van fiets- en wandelpaden, evenementen, de schouwburg, het zwembad etc. Deze hebben een direct effect op het woongenot en kunnen een reden zijn om Meppel als woongemeente te kiezen. Zie voor een verdere uitwerking G. Marlet, Atlas Nederlandse gemeenten.

Hoofdstuk 3 Visie – deel 2, uitwerking

Meppel is uniek gelegen te midden van veel natuurschoon én Meppel is een leuke, gezellige stad. Meppel heeft dus een eigen, intrinsieke toeristisch, recreatieve waarde en Meppel ligt in een prachtige regio. Dit is het uitgangspunt voor een uitwerking in thema's. Hieronder zullen we aangeven voor welke thema's we, vanuit de missie en de analyse, kiezen.

3.1. Vier ontwikkelthema's

Liggend in een regio die jaarlijks 2 miljoen recreanten trekt is de verbinding van Meppel en de regio belangrijk. Dit is het eerste thema. Centraal staat hoe we optimaal gebruik kunnen maken van de waarde van de regio.
Diverse beschouwingen over Meppel gaan in op de geschiedenis van Meppel, op de achtergrond en het karakter van de stad. Dit wordt het tweede thema. We zoomen in op het optimaal benutten van de cultuurhistorische waarde van Meppel.
Uit de analyse blijkt dat Meppel voor een grotere regio een functie heeft als stad om te ontspannen. Dit wordt het derde thema. Hierin gaan we na welke aanknopingspunten er zijn om de regiofunctie van Meppel als leisurestad meer te ontwikkelen en hoe dat dan zou kunnen.
Eveneens uit de analyse blijkt dat de verblijfsrecreatie nog in de kinderschoenen staat. Vanuit de missie om te groeien zien we juist hier potentie voor groei. Vandaar dat Meppel en de verblijfsrecreatie als apart thema in het TROP wordt opgevoerd.
Regelmatig zullen de thema's zich met elkaar vervlechten. Dat is niet erg, het is slechts een onderscheid op papier om het verhaal hieronder op een heldere manier in te delen en te vertellen. Per thema stellen we ons de volgende ambities:

3.1.1. Ambities

- **De ambitie voor het thema Meppel, stad van verbinding**

De ambitie voor het thema stad van verbinding vanuit T&R is dat de bereikbaarheid van de stad in 2018 zodanig is, dat er geen beperkingen zijn, die door de gemeente oplosbaar zijn. Met andere woorden, het toeristisch recreatieve belang van de bereikbaarheid van Meppel is zo groot, dat de eigen organisatie, binnen het redelijke, alles moet doen om de bereikbaarheid zo groot mogelijk te maken.

- **De ambitie ten aanzien van Meppel als cultuurhistorische handelsstad**

We willen in de periode tot 2018 ten minste twee succesvolle projecten zien die inhaken op het cultuurhistorisch-watererfgoed in combinatie met toerisme en recreatie.

- **De ambitie ten aanzien van het thema Meppel als leisurestad**

We ambiëren een gemiddelde groei van het aantal dagbezoeken van 10% over de periode 2013-2018. Met andere woorden, we streven naar een groei van 100.000 dagbezoeken in 2018.

- **De ambitie ten aanzien van verblijfsrecreatie**

We willen de komende jaren groei realiseren in de verblijfsrecreatie. Onze strategie hierbij is om meerdere ijzers in het vuur te hebben. De gedachte hierachter is dat we als gemeente beperkt invloed hebben op de markt. We kunnen echter wel stimuleren, initiëren, acquireren, meedenken en faciliteren en dat gaan we ook doen. We zetten daarom in op een gemiddelde groei van 10% over de periode 2013-2018. De ambitie is dus om in 2018 een kleine 42.000 overnachtingen per jaar te halen.

Thema I Meppel als stad van verbinding

Voor Meppel liggen er kansen om, meer dan nu het geval is, als uitvalsbasis te dienen voor bezoek aan de omliggende natuurgebieden: de Nationaal Parken Weerribben en Wieden, Dwingelderveld, het Drents-Friese Wold en het Reestdal. Bovendien liggen er kansen om toeristen te verleiden ook Meppel aan te doen. Daarom is de verbinding tussen Meppel en de omliggende natuurgebieden belangrijk. In dit hoofdstuk worden ze behandeld. Het gaat om auto-, spoor,- fiets-, wandel-, en vaarverbindingen. In grote lijnen zijn de verbindingen prima. De infrastructuur voorziet in autowegen, waterwegen en spoor. Meppel is een soort knooppunt. Het informeren van die passanten is belangrijk en komt in deze paragraaf een paar keer terug. Hieronder wordt per onderwerp het belang ervan vanuit T&R-beleid belicht. Eventuele consequenties voor de uitvoering zijn telkens gecursiveerd. Hieruit voortvloeiende acties zijn bovendien in de uitvoeringskalender opgenomen.

3.2.1. Algemeen

Meppel is een prima uitvalsbasis naar de omliggende gebieden. Hierover moeten we toeristen en recreanten via diverse kanalen goed informeren. Er zijn tegenwoordig voorzieningen die analoge en digitale informatie combineren bij een zogenaamd Toeristisch Overstap Punt (TOP[13]). Daar wordt deze informatie in combinatie met goede parkeerfaciliteiten aangeboden. Een eerste TOP is aangelegd bij de Havixhorst. *In de periode 2014-2018 willen we meer TOP's creëren. Het recreatieschap legt deze TOP's aan, er is sprake van cofinanciering recreatieschap-gemeente.*

3.2.2. Meppel per auto

Meppel heeft goede snelwegverbindingen en legio passanten. Deze willen we op het idee brengen om de stad in te gaan, ze verleiden er eens een kijkje te nemen
Vanuit T&R oogpunt is het uitzicht vanaf de snelweg op Meppel belangrijk. Verder zijn de entrees van Meppel belangrijk. Bezoekers moeten bij binnenkomst al het gevoel krijgen in een gezellige, levendige stad te zijn beland, waar het goed toeven is en ze welkom zijn. In de structuurvisie ontwikkelen we een langere termijnvisie op de entrees. Voor de korte termijn worden in dit TROP kleinschaliger acties voorgesteld.
Een goede geleiding van autoverkeer vanaf de verbindingswegen naar het centrum is belangrijk om bezoekers goed te ontvangen. Noodzakelijk voor toeristen en recreanten die per auto komen, is verder dat er ruime parkeergelegenheid met betaling achteraf is, over meerdere locaties verspreid en op redelijke loopafstand van de hoofdwinkelstraten. Ook in de Structuurvisie 2013-2030 is dit een speerpunt.
We willen langs de A28, de A32 en het spoor(perron), en via de website aantrekkelijke uitingen (divers) laten zien om bezoekers naar de stad te verleiden. Dit staat gepland voor 2014 en wordt gedekt vanuit het budget van citymarketing.
Er zijn dit jaar al twee lichtkranten geplaatst met digitale informatie. Verder staat het plaatsen van spandoeken bij invalroutes voor 2013 in de planning. Dekking vindt plaats vanuit het budget citymarketing. Ook gaan we via een gemakkelijk oriëntatiesysteem onbekenden de weg wijzen naar parkeervoorzieningen en voorzieningen als het station en de winkelcentra. Dit is voorgesteld in de parkeernota. De kosten

13 TOP's zijn goed uitgeruste langparkeer-plaatsen waar wandel-, fiets- en eventueel ruiterroutes gevolgd kunnen worden. Deze staan door middel van bebording, informatiepanelen en/of informatiezuilen aangegeven. Deze informatie kan ook thuis al op de smartphone/Ipad worden ingeladen via de websites en app's van o.a. drenthe.nl, annodrenthe.nl en meppelstadmetstijl.nl. Bij De Havixhorst is in 2012 een TOP gerealiseerd. De TOP's geven ook routes richting de binnenstad aan.

zijn naar schatting 100.000 €. Afwegen in de PPN 2015-2018. Vanaf 2015 worden de mogelijkheden tot 'lang parkeren met betalen achteraf' flink uitgebreid (Kromme Elleboog en Vledder). Dit is al in uitvoering op basis van het GVVP en de Parkeernota. Voor de Kromme Elleboog is dit uitgewerkt in de begroting 2013, jaarschijf 2015 en voor het Vledder in de PPN 2014-1017. Het belang van de entrees van Meppel is een onderwerp binnen de structuurvisie. De visie hierop is grootschaliger en pas op langere termijn realiseerbaar. Binnen dit TROP is daarom voor de korte termijn het advies de entreerotondes aantrekkelijker te maken. Deze zijn deels van de provincie en deels van de gemeente. We willen in gesprek met de provincie en met onderwijs en ondernemers om mogelijkheden voor een fleurig aanzien van de rotondes te bespreken.

3.2.3. Meppel en het spoor

Het station fungeert als entree van de stad. Hier krijgt de treinreiziger de eerste indrukken van Meppel. Een aandachtspunt bij het station is dat het een uitwisselingsplek voor informatie is. De toeristische informatie over Meppel en omgeving willen we uitbreiden. Ook is de routering naar en verbinding met het Reestdal onduidelijk.
We willen de routering en bebording bij het station verbeteren. Hiervoor worden vanuit aangrenzend beleid de volgende zaken gerealiseerd of in gang gezet: een fietsknooppunten-netwerkbord bij het station (advisering vindt plaats in de Nota Fiets), een bustijdendisplay (advisering en besluitvorming in B&W afgerond) en bebording naar locaties als Ogterop en het drukkerijmuseum. Aanvullend vanuit T&R en citymarketing zij vermeld dat we in de informatievoorziening nog willen toevoegen dat er buiten verwijzingen komen naar drenthe.nl en meppelstadmetstijl.nl. Dit in combinatie met displays voorzien van toeristische informatie. Een promotieposter op het perron kan reizigers uitnodigen om Meppel niet als tussenstation, maar als uitstapje te zien. Verder zoen we samenwerking met de NS spoorwinkel om een arrangement te maken waarmee toeristen tot een bezoek aan Meppel te verleiden zijn. De ontsluiting van het Reestdal vanaf het station is opgenomen in de laatste fase van het project Stadsrandzone Meppel-Reestdal. Dit betreft het aanleggen van een wandelbrug en routering. De uitvoering is gepland in 2013-2014, de kosten zijn 50.000 €. Financiering gebeurt vanuit het project Stadsrandzone Meppel-Reestdal.

3.2.4. Fietsverbindingen

Meppel groeit qua inwoners. Deze inwoners maken veelvuldig gebruik van recreatieve routes en voorzieningen.[14] Vooral het kunnen fietsen en (hard)lopen vanuit huis via aantrekkelijke routes wordt als belangrijk ervaren en leidt tot een hogere waardering van het leef- en woonklimaat. Bij woonwijken is goed rekening gehouden met de (groene) verbindingen naar de binnenstad. De routes naar de buitengebieden zijn veel minder prominent aanwezig.[15] Hier ligt een aantal wensen. Deze zijn voor dit TROP besproken, maar niet opportuun binnen de termijn van dit TROP. Voor de meeste geldt dat de kosten niet opwegen tegen de toegevoegde waarde vanuit toeristisch-recreatief oogpunt alleen. Vanuit de structuurvisie ligt dit iets genuanceerder, omdat ze dan in samenhang met andere ontwikkelingen opgepakt kunnen worden. In dit TROP worden ze daarom niet meegenomen in de advisering.
Als beleidsuitgangspunt vanuit T&R is het belangrijk om bij toekomstige ontwikkelingen in het buitengebied, fietsverbindingen mee te nemen als aandachtspunt, en om, waar mogelijk, extra fietsverbindingen

14 Bekende ANWB fietsroutes vanuit/langs Meppel zijn de Punthorstroute, de Havelterbergroute en de Beek&Brink route. Rond Nijeveen is de Nij-Kolder-route uitgezet.

15 Er ligt een aantal wensen met betrekking tot fietsroutes. Dit zijn: langs deel Reggersweg van ziekenhuis tot Vaartweg; oversteek sluisje bij Kalkovens/Jaagpad/aansluiting fietspad Steenwijkerstraatweg. Oversteek met fiets creëren (vanuit verkeer wordt honorering van deze wens met klem ontraden, zolang de N371 een 80 km weg is. Ook blijkt de sluis technisch niet geschikt om als oversteek 'om te bouwen'); Engelgaarde in verbinding brengen met De Baander en de Oosterboer; een betere ontsluiting bij de Kaap/transformatiegebied; fietsverbindingen realiseren in westelijke richting, zodat toeristen en recreanten uit Wanneperveen / Giethoorn naar Meppel fietsen.

aan te leggen. Waar verbindingen over gemeentegrenzen heengaan, houden we, in voorkomende situaties, rekening met de lopende ontwikkelingen om ons heen.[16]

Naast de twee bestaande fietsroutes (Kolderveenroute en Havelterbergroute) willen we een derde route ontwikkelen, een soort van Rondje-Meppel-route. Startpunten bijvoorbeeld bij de toekomstige TOP's of centrale locaties vanuit de pleziervaart.

3.2.5. Wandelpaden en wandelroutes

Wandelen is een populaire vorm van recreëren. De wandelpaden en wandelroutes zijn vooral te vinden aansluitend op woonwijken.[17] In Overijssel en in De Wolden (als pilot voor Drenthe) zijn wandelroutenetwerken aangelegd. Uitbreiding van en aansluiting op het wandelroutenetwerk is toeristisch lucratief.[18]
Het wandelen vanuit woonwijken naar het buitengebied kan goed gekoppeld worden aan de groenblauwe structuren door de stad. Daarin ontbreekt een aantal fysieke schakels. Daarnaast is de constatering dat de parken niet voldoende zijn afgestemd op de gebruikers, onder andere ten aanzien van wandelen en wandelroutes. Ook verdient de verblijfskwaliteit en routering in de binnenstad aandacht. Deze opgaven zijn in de structuurvisie meegenomen, maar worden deels sectoraal uitgewerkt. Het ligt voor de hand hierin een combinatie te zoeken tussen recreatie en groen.
Tot slot, de stadswandelingen zijn een belang toeristisch product. Ze vergen herziening en digitalisering.
Om het wandelen recreatief meer te faciliteren gaan we de wandelverbindingen in de groenblauwe structuren verbeteren. Ook willen we de wandelmogelijkheden in en tussen de parken vergroten en aantrekkelijk maken. Verder besteden we aandacht aan de verblijfskwaliteit en routering in de binnenstad. Deze in de structuurvisie genoemde opgaven werken we waar nodig vanuit groen- en recreatiebeleid gezamenlijk uit. De komende jaren maken we budgettair ruimte voor het fasegewijs verder ontwikkelen van wandelroutenetwerken door het recreatieschap. Ook willen we de bestaande stadswandelingen herzien, digitaliseren en digitaal 'wegzetten' op geëigende sites.

3.2.6. Bewegwijzering fietsen en wandelen

Hoewel via (fiets)routeplanners alle wegen vindbaar zijn, is goede fysieke bewegwijzering belangrijk.[19]
Uniforme bewegwijzering en objectverwijzingen biedt bevestiging en voorkomt onveilige situaties. Naast fysieke bewegwijzering is het aanbieden van routes via apps en digitale platform steeds belangrijker. We bouwen dit de komende jaren verder uit. In het bijzonder schenken we aandacht aan de verwijzingen vanaf het NS station (zie Meppel en het spoor).

---

16 Lopende ontwikkelingen bij de buren:
Een vrijliggend fietspad naar het centrum van Steenwijk is vanuit gemeente Steenwijkerland in ontwikkeling. Op Meppeler grondgebied is al een fietspad aanwezig; Voor 2013/2014 is nog een fietspad voorzien op de kade van de Hoogeveense Vaart ter hoogte van de Vaartweg. Hiermee wordt het fietspad dat nu al langs delen van de Vaart loopt gecompleteerd (wordt uitgevoerd door de gemeente Staphorst binnen het Stadsrandzoneproject); Ook komt er een fietsdoorsteek bij de Reeststouwe in aansluiting op het fietspad Hoogeveense Vaart (wordt uitgevoerd door de gemeente Staphorst binnen het Stadsrandzoneproject).

17 Populaire wandelingen en wandelgebieden zijn bijvoorbeeld Engelgaarde, het Reestdal, de driehoek bij Manege de Baander, richting Hamingen, het Wilhelminapark en Hesselingen, diverse wandelroutes van de dorpsvereniging Nijeveen en enkele langere routes.

18 Het Recreatieschap Drenthe wil onderzoeken of het wandelroutenetwerk verder ingevoerd kan worden in Drenthe.

19 Bekende knelpunten in bewegwijzering/routering zijn:
- Fiets/wandelverbinding industrieterrein Blankenstein naar wandelbos en tunnel richting Engelgaarde;
- Fietsverbinding Noord III, langs de Oude Vaart richting Havelte;
- Wandeling Stadsrandzone Reestdal langs pontje en uitkijktoren (uitvoering vindt plaats binnen het project Stadsrandzone Reestdal).

In de markt van de apps, die zich kenmerkt door elkaar snel opvolgende ontwikkelingen, zoeken we zo veel mogelijk aansluiting bij goede, bestaande, gemeenschappelijke initiatieven, zoals bijvoorbeeld Drenthe.nl, Annodrenthe.nl, de fietsrouteplanner op Fietsersbond.nl, en de wandelrouteplanner op ontrack.nl.

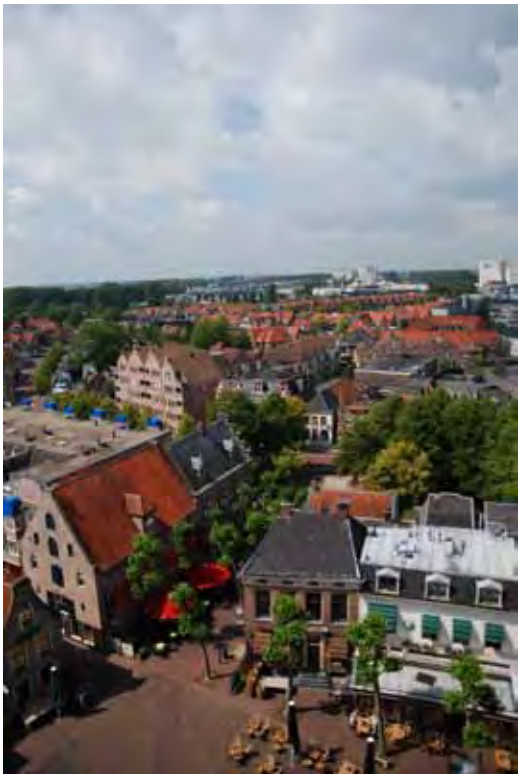
3.2.7. Vaarverbindingen

Het vaartoerisme is belangrijk voor de T&R sector. We willen een verbeteringsslag, die ertoe leidt dat vaarrecreanten in de toekomst langer in Meppel verblijven zodat er een grotere economische spin-off wordt gerealiseerd.
Een belangrijke ontwikkeling voor de vaarrecreatie in Meppel is de nieuwe verbinding Hoogeveense Vaart op het traject Erica-Ter Apel. Deze schakel zorgt ervoor dat vanaf mei 2013 een rondje Drenthe gevaren kan worden en dat er een nieuwe verbinding ligt tussen Duitsland en Nederland. Essentieel is dan wel dat de ontsluiting van Meppel via het water optimaal is.
De mogelijkheden voor vaartoerisme liggen kwantitatief aan de westzijde van de stad.
Zwak punt is de verbinding van de toervaart via het Meppelerdiep. Hier domineert de beroepsvaart en de industrie. Het is geen aantrekkelijke verbinding richting De Wieden en het IJsselmeer. Vanuit T&R is een aantrekkelijke plezierverbinding van Nieuwveense Landen met De Wieden zeer gewenst.
Bij de aanlegplaats Rogat benutten vele vaarrecreanten de gratis aanlegplaatsen. Deze locatie heeft potentie voor verbinding met de stad(srand). In de structuurvisie is dit aangemerkt als quick win. Ook het gebied rond de Kalkovens verdient een kwaliteitsimpuls. In de structuurvisie is dit als toekomstige waterentree bestempeld. Voor de vaarrecreatie zou dit een belangrijke impuls zijn. Verder is het in het kader van de structuurvisie de bedoeling toe te werken naar het uitbouwen van de buitenhaven tot jachthaven. Daarmee wordt het transformatiegebied een waterentree. Voor T&R zijn dit goede plannen, waarvan het de moeite waard is ze verder uit te werken en te onderzoeken op haalbaarheid. Het gaat dan vooral om de financiële en milieutechnische haalbaarheid. De regie op de ideeënontwikkeling en eventuele onderzoeken, de beoordeling ervan en de advisering staat de komende periode op de agenda van de structuurvisie. Dit gebeurt integraal, zodat de meerwaarde voor de T&R sector goed geborgd is in de afwegingen.
De bereikbaarheid van de binnenstad via het water door de sluis kan verder geoptimaliseerd worden. Vanuit T&R verdient het aanbeveling ervoor te zorgen dat zowel de jachthaven als de binnenstad per boot bereikbaar zijn op dagen dat er gevaren wordt.
Of de bereikbaarheid van Meppel (binnenstad en haven) haalbaar te verbeteren is, door wijziging van de opening van bruggen en sluis (tijdstippen, openingsdagen, openingsperiode, informatievoorziening hier-over) wordt in 2013-2014, nader uitgewerkt. Overigens zijn in 2012 zijn al nieuwe afspraken gemaakt met de provincie over de opening van de Eshuisbrug en de Galgenkampsbrug[20], provinciale bruggen, waarvan de bediening ligt bij de gemeente. Gesloten beperken de bruggen de mogelijkheid het nieuwe rondje Drenthe te varen.

20 Deze afspraken hebben er toe geleid dat deze bruggen nu ook in juni op zondag open zijn.

Thema II Meppel als cultuurhistorische handelsstad

Hieronder volgt het tweede thema, Meppel als cultuurhistorische stad, waar veel te beleven, te zien en te doen is. We schetsen de cultuurhistorische waarde van Meppel. Dit is tevens een opstapje naar de twee volgende thema's, die ingaan op de mogelijkheden in Meppel te recreëren en te verblijven. Eventuele consequenties voor de uitvoering zijn telkens gecursiveerd. Hieruit voortvloeiende acties zijn bovendien in de uitvoeringskalender opgenomen.



3.3.1. De cultuurhistorische waarde van Meppel

Een belangrijke kernkwaliteit van Meppel is het cultuurhistorische erfgoed. De silo's en industriële gebouwen geven de stad uitstraling en bieden mogelijkheden voor het ontwikkelen van unieke (recreatie)concepten. Dit is meer dan alleen maar dromen, een mooi voorbeeld hiervan zien we al in 'Kunst in Kolderveen' in de voormalige zuivelfabriek. Onderwerpen die het thema Meppel als industriële en cultuurhistorische handelsstad vanuit T&R-perspectief context geven zijn:

- Industrieel erfgoed in/nabij centrum en aan het water;
- Kwaliteit (bijvoorbeeld) van de pleinen;
- Koppeling met functies als wonen, zorg, werken en leren;
- T&R als katalysator voor transformatie;
- Hergebruik oude gebouwen;
- Thematische verblijfs- en dagaccommodaties – markt/handel;
- Historie zichtbaar en beleefbaar maken;

Hieronder werken we de rol van het water en het daarmee samenhangend cultureel erfgoed verder uit, omdat beide voor T&R het meest in het oog springen. De andere onderwerpen lopen hierin (zijdelings) mee.

3.3.2. Water

Meppel heeft veel te bieden: historische panden, sfeervolle grachten, levendige pleinen, bruisende evenementen en het fungeert als het uitgaanscentrum voor een grote regio.
Meppel is van oudsher een knooppunt van waterwegen. Via de Drentsche Hoofdvaart, de Hoogeveense Vaart en het Meppelerdiep (met de verst inland gelegen zeehaven) is Meppelvia het water te bereiken. De stad is aanlegplaats in de Turfroute,de Sallandroute en binnenkort een Rondje Drenthe. Langs de Vaart is nog volop industrieel erfgoed te zien, zoals de pakhuizen, fabriekspanden van ACM en de kalkovencomplexen. Het tracé is rijk aan cultuurhistorie. Deze is goed te beleven omdat de Hoofdvaart door het passeren van 25 bruggen en 6 sluizen een langzame route is.
Het beleven van het water en zijn geschiedenis via TOP's kan o.a. vormgegeven worden bij de kalkovens. Denk aan aan foto's op canvas van de oude situatie met sluizen en bruggen langs het kanaal. Dit wordt opgepakt in samenspraak met het recreatieschap Drenthe. Als dit realiseerbaar is, wordt hierover afzonderlijk geadviseerd inclusief een financieringsvoorstel. Er liggen kansen op het gebied van vaartoerisme en/of evenementen gekoppeld aan Bleekerseiland (quick win Structuurvisie). Om Bleekerseiland beter te benutten bij evenementen worden nu minimaal noodzakelijke (lees: goedkope) voorzieningen geregeld. Dit gaat over een tweede in-uitrit op het terrein, met het oog op (brand)veiligheid, maar ook aan een pontonverbinding bij het grachtenfestival. Een permanente verbinding heeft echter vanuit T&R de voorkeur, zoals een loopbrug richting de Stoombootkade. Dit zou ook een impuls aan de daar gevestigde horecavoorzieningen geven. Permanente sanitaire voorzieningen voor de recreatievaart en voorzieningen

voor evenementen completeren het toekomstplaatje. Dit bevindt zich grotendeels in het stadium van ideeënontwikkeling. Financiering is het heetste hangijzer.

3.3.3. Grachten

De afgelopen jaren kwamen de grachten prominenter in beeld. Er ligt een bruine vloot in het centrum en in de wintermaanden siert, dankzij een bewonersinitiatief, verlichting de grachten. Het water is de stad ingetrokken bij de Prinsengracht. Hoewel enkele oorspronkelijke grachten in de 20e eeuw gedempt zijn, en het niet meer mogelijk is door Meppel heen te varen geeft de toegankelijkheid via de grachten de stad een belangrijke regionale toeristische functie voor de pleziervaart. Dat we hierin nog kunnen verbeteren hebben we in thema I al behandeld.
Kwalitatief liggen de kansen voor vaartoerisme met name aan zuidwestzijde van het centrum bij de Sluisgracht/Bleekerseiland en aan de Gasgracht en de Keizersgracht.
In Meppel zien we vooral stil water. Kano's, (fluister)bootjes, waterfietsen, drijvende kunstvoorwerpen zouden het water levendiger maken. Slenterkades, routes en horeca met terras aan en langs het water eveneens.
Uiterlijk in 2014 roepen we ondernemers op creatieve plannen in te dienen om het water meer tot leven te brengen. De gemeentelijke rol bestaat dan uit het faciliteren van opstappunt(en) en brugbediening op vaste tijden. Hoe dit formatief zou kunnen is een vraag die dan beantwoord moet worden.

3.3.4. Watererfgoed

Het herstel en in beeld brengen van watererfgoed zoals de griften, bruggen, de watertoren, pakhuizen en gemalen laat de historie van het water zien. Het Recreatieschap Drenthe heeft een onderzoek[21] laten uitvoeren naar de opwaardering van de Drentsche Hoofdvaart als belevenisroute. Hieruit blijkt dat de Drentsche Hoofdvaart geprofileerd kan worden als cultuurhistorische as door de realisatie van TOP's op plekken die voor zowel land- als vaarrecreanten geschikt zijn. Het doel is om toeristen te stimuleren het gebied te bezoeken en er langer te verblijven. Dit willen we stimuleren door gebieden met elkaar te verbinden. Het idee achter een TOP is immers dat recreanten van transportmiddel veranderen.
We willen in 2014-2015 starten om, in samenwerking met het bedrijfsleven, rondleidingen te organiseren bij havenbedrijven als MCS, gemalen en sluizen. Het streven is om industriële, historische panden met een connectie met het water open te stellen om zo recreanten en toeristen aan te trekken die benieuwd zijn naar de verhalen achter de gevels. Verder willen we de Watererfgoedroute door Meppel nieuw leven inblazen en dit opnemen in routeplanners en apps als annodrenthe.nl en drenthe.nl. Als startpunt voor de route(s) zou Bleekerseiland kunnen dienen, wellicht in combinatie met fietsverhuur.

Thema III Meppel, leisurestad met regionale uitstraling

De stad Meppel typeert zich door de aantrekkelijke combinatie van het bovenregionale winkelaanbod (zie het hoofdstuk van de analyse), uitgaansgelegenheden, evenementen en de sfeer op de pleinen en de grachten. De volgende onderwerpen zijn van belang waar het gaat om Meppel als leisurestad[22]:

- Concentratie hoogwaardige uitgaansvoorzieningen;
- Recreatief winkelen;
- Aantrekkelijk verblijfsgebied;

21 De Drentsche Hoofdvaart als cultuurhistorische as. Januari 2013. O. Reijers in opdracht van Recreatieschap Drenthe
22 bron: Toekomstrichting toerisme en recreatie Meppel, Grontmij januari 2013.

- Sport, ontspanning en wellness;
- Hoogwaardige kwaliteit;
- Bruisend;
- Combinatie uitgaan, winkelen, ontspannen, horeca;
- Lekker eten & drinken;
- Evenementen.

Duidelijk is dat deze onderwerpen toegevoegde waarden zijn voor Meppel en dat ze Meppel versterken als toeristische trekker. Om bezoekers aan te trekken is het noodzakelijk om te blijven werken aan deze waarden. De meeste onderwerpen horen primair thuis in het T&R beleid. Bruis en hoogwaardige kwaliteit zijn vanuit het evenementenbeleid in te vullen en sport, ontspanning & wellness vinden we deels in het sportbeleid terug en deels hier (zie fietsen, wandelen, paardrijden, mountainbiken, skeeleren). De onderwerpen overziend leidt tot de conclusie dat uitgaan, winkelen en horeca nog onvoldoende aan bod zijn gekomen. In de analyse in hoofdstuk 2 zijn laatstgenoemde twee wel geanalyseerd maar de uitwerking is nog achterwege gebleven. Hieronder behandelen we eerst het uitgaan, de winkelfunctie en de horeca. Vervolgens stippen we kort de evenementen aan. Tot slot gaan we kort in op wensen ten aanzien van recreatievormen zoals skeeleren, mountainbiken en paardrijden. Eventuele consequenties voor de uitvoering zijn telkens gecursiveerd. Hieruit voortvloeiende acties zijn bovendien in de uitvoeringskalender opgenomen.

3.4.1. Een uitje in Meppel

Het aanbod voor een dagje uit is kleinschalig, met de nadruk op cultureel vermaak[23], terwijl in het buitengebied de nadruk meer op de natuurbeleving ligt.
In de huidige tijd is innovatie een toverwoord. We zetten in de periode 2014-2018 in op het zo veel mogelijk ondersteunen van ondernemers, die een bijdrage leveren aan het T&R-aanbod én die willen innoveren. Dit vinden we belangrijk omdat daarmee ook op langere termijn de aantrekkingskracht van Meppel op de regio geborgd is. Dit doen we uiteraard binnen de eigen rol van de gemeente. Verder wordt in 2013, op experimentele basis, en schoolreisprogramma ontwikkeld. Een pilot vanuit een aantal ondernemers, deels ook uit de creatieve sector.

3.4.2. Winkelen

Een belangrijke trekker van Meppel vormt het totale winkelaanbod. We zagen het in hoofdstuk II in de analyse en we zien het in de ranking van Meppel in de top 25 van Nederlandse steden met het meest diverse winkelaanbod. Het verhogen van verblijfskwaliteit en het inpassen van stedelijke vernieuwing staat centraal in het ruimtelijk beleid en moet dat ook blijven. Meppel wil met haar winkelcentrum gastvrijheid uitstralen door een goede bereikbaarheid en ruime parkeermogelijkheden op loopafstand van het centrum. Dit is in thema I al uitvoerig behandeld. De eigen sfeer en stadse uitstraling komen goed tot hun recht door de combinatie van winkels, cafés en restaurants in aantrekkelijke cultuurhistorische panden, met pleinen en grachten in de binnenstad. Zoals ook elders in Nederland kent Meppel leegstand. Niet zozeer vanuit T&R beleid, maar meer vanuit economisch- en detailshandelsbeleid wordt dit gemonitored. Vanuit T&R perspectief is een belangrijk uitgangspunt om zuinig te zijn op de waarde van de winkelfunctie van Meppel - en de aanzuigende werking hiervan – op de regio. Dit speelt vooral bij het afwegen van recreatieve winkelvoorzieningen op andere locaties dan in de binnenstad.
Citymarketing levert een continue bijdrage aan het in de schijnwerpers houden van Meppel als winkelstad. Dit doet ze door creatieve acties in samenwerking met de Meppeler middenstand te ontwikkelen. Onderzoeken hoe de kwaliteit van de weekmarkt verhoogd kan worden.

---

23 Zoals: Ogterop, het Drukkerijmuseum, galerieën, bioscoop, discotheek, evenementen en de Meppeler toren, subTROPisch zwembad Hesselingen, Jan Plezier, de beeldentuin bij de Havixhorst, een recreatieplas, de overdekte speelplaats Ballorig, een midgetgolfbaan en het ooievaarsstation (ook voor schoolreisjes en groepsarrangementen).

3.4.3. Horeca

Als de analyse met betrekking tot de horecastructuur voor Meppel klopt betekent dit dat het horeca-aanbod eenzijdig is. Er blijven kansen liggen om een bredere doelgroep te bedienen dan nu gebeurt. In het verlengde hiervan betekent dit ook dat een andere mix nodig is om aan te sluiten bij het merk Meppel, om meer doelgroepen in Meppel te bedienen en daardoor voor meer recreanten aantrekkelijk te zijn. Vanuit T&R is het interessant deze analyse verder te toetsen en naar de praktijk te vertalen.
We willen in 2013-2014 samen met de horeca in Meppel en Horeca Nederland de horeca-sector nader analyseren om na te gaan of er succesvolle product-markt combinaties (PMC's) mogelijk zijn. Hiermee willen we de markt pro-actief benaderen.

3.4.4. Evenementen

Meppel heeft een reputatie als evenementenstad hoog te houden. Evenementen geven een stad een stevige economische impuls en bepalen bovendien in belangrijke mate het imago van een stad. Dit biedt kansen voor Meppel om haar imago als waterstad, cultuurhistorische handelsstad en leisurestad te versterken.
Evenementen zijn een belangrijk bestanddeel van de sector recreatie en toerisme. Het evenementenbeleid wordt nader uitgewerkt en toegelicht in een aparte beleidsnotitie. Hier worden slechts enkele hoofdpunten naar voren gehaald.
Het evenementenbeleid zet in op een evenwichtige, afwisselende mix van evenementen met "voor elk wat wils". De gemeente faciliteert organisaties door goede dienstverlening te bieden, waar mogelijk digitaal en zonder overbodige bureaucratische rompslomp. In de mix van evenementen is aandacht voor, aan de ene kant dynamiek en aan de andere kant het beperken van overlast voor omwonenden. Regelgeving, communicatie en handhaving zijn hierbij de instrumenten. De gemeente houdt de vinger aan de pols. Op basis van de jaarkalender 2012 wordt in het evenementenbeleid nagedacht om de kalender waar mogelijk aan te vullen met kwalitatief hoogstaande, onderscheidende, meerdaagse evenementen op het gebied van kunst & cultuur en sport. Dus niet 'meer van hetzelfde', maar gaan voor de 'krenten in de pap' (bijvoorbeeld het poppenfestival).
Bovenstaande is enkel informatief bedoeld. Advisering en besluitvorming vindt plaats op basis van de evenementennotitie, die in voorbereiding is.

3.4.4.1. Een evenementenhal

Met het sluiten van de Markthallen is de discussie ontstaan over een alternatieve evenementenhal. Vanuit evenementenorganisaties wordt hier hard voor gelobbyd. Er is een aantal verzoeken voor het realiseren van een evenementenhal ingediend in de afgelopen jaren. Er waren diverse redenen voor het niet doorgaan van deze plannen.
Dat een evenementenhal een belangrijke impuls is voor T&R in Meppel mag duidelijk zijn. Van belang is daarom binnen welke kaders een evenementenhal haalbaar is. Hier komen diverse beleidsterreinen samen. Ruimtelijk-planologisch, verkeer en parkeren, openbare orde en veiligheid, milieu om de belangrijkste te noemen. T&R is belanghebbende, maar toeristisch-recreatieve overwegingen zijn niet bepalend. Ze doen mee in de totale afweging, die bovendien locatieafhankelijk is. Dit maakt het complex. In algemene zin zijn de volgende uitgangspunten aan de orde:

1. De exploitatie van een evenementenhal moet op commerciële basis gebeuren. De gemeente draagt dus niet bij in de financiering;
2. De locatie van een hal moet goed bereikbaar zijn;
3. De locatie moet over voldoende parkeergelegenheid beschikken;
4. De gemeente wil geen risico-evenementen binnen haar grenzen;
5. De invloed op de omgeving moet acceptabel zijn.

Deze uitgangspunten komen voort vanuit de taak die de gemeente heeft om het algemeen belang te dienen.[24] Dit alles in acht nemend, zij nog eens vermeld dat vanuit T&R oogpunt een evenementenhal een geweldige impuls zou zijn.
Het vraagstuk van een evenementenhal loopt via de route van de Structuurvisie.

3.4.5. Kunst & cultuur

Een rijk en bloeiend cultuurklimaat in Meppel draagt bij aan de functie van Meppel als leisurestad. De rijkdom wordt bepaald door instellingen, verenigingen en evenementen. Zij zijn de dragers van het culturele klimaat. In samenwerking met elkaar moeten zij hier de komende jaren verder vorm aan geven. Het beleidsterrein kunst & cultuur wordt hier verder niet uitgewerkt. Dit hoort thuis in een afzonderlijk beleidsdocument.

3.4.6. Mountainbiken

Mountainbiken is een populaire recreatievorm en verdient om die reden onze aandacht in dit TROP. Op korte afstand van Meppel zijn in de bossen van Havelte, Staphorst en Koekangerveld mountainbikeroutes te vinden. Gezien de beperkte mogelijkheden op Meppeler grondgebied zien we geen reële kansen binnen de eigen gemeentegrenzen een route voor mountainbikers te realiseren.
Doorverwijzen naar mountainbikeroutes dichtbij, namelijk in IJhorst/Staphorst, Havelte en Diever en Koekangerveld, is het hoogst haalbare.

3.4.7. Skeeleren

Ook het skeeleren is een geliefde vorm van recreëren. Op betonfietspaden en rustige asfaltwegen kan prima geskeelerd worden. Bovendien heeft Nijeveen een prachtige skeelerbaan en worden daar regelmatig toertochten georganiseerd. In het kader van dit TROP is bekeken of we het skeeleren meer kunnen faciliteren door bestaande paden zodanig te verharden dat deze ook geschikt zijn voor skeeleraars. Niet direct vanuit dit oogpunt, is dit gebeurd met de Ketelaarsweg.
Op dit moment wordt niet gedacht aan het verder uitwerken van dit punt op korte termijn. Daarvoor zijn de onderhoudsbudgetten te ontoereikend. In het uitvoeringsdeel zetten we het in de lange termijn planning (2019), om het niet uit de aandacht te laten verdwijnen.

3.4.8. Ruiter- en menroutes

In 2012 is het ruiter- en menroutenetwerk in en rond Meppel geïnventariseerd[25] . Daaruit kwam naar voren dat ruiters voor buitenritten vooral aangewezen zijn op boswachterij Staphorst. Niet verrassend geldt, net als voor mountainbikers, dat in Meppel de ruimte ontbreekt.
Bij de maneges Oosterboer en De Baander spelen twee wensen ten aanzien van routes. Eén voor een pad langs het fietspad dat aansluit op Binnenweg en één voor een pad vanaf de Oosterbroekenweg richting De Bloemen (Engelgaarde). De wens om vanuit beide maneges aan te sluiten op de Binnenweg verdient nadere bestudering, dit kan op korte termijn gebeuren. Afhankelijk van de uitkomst zal de eventuele uitvoering dan in de (onderhouds)planning van groen en/of wegen opgenomen moeten worden. De andere wens, aansluiting op De Bloemen, is infrastructureel complexer en vanuit financieel oogpunt niet haalbaar. Hier luidt het advies dus negatief.

---

24 Het is reëel om bij aanvragen rekening te houden met een planologische procedure van een half jaar tot anderhalf jaar, afhankelijk van de omstandigheden.
25 Rapport Paardrijden in Zuidwest-Drenthe, september 2011, uitgevoerd door Grontmij in opdracht van het Recreatieschap Drenthe.

Thema IV Meppel en de verblijfsrecreatie

We zagen in de analyse in hoofdstuk 2 dat de verblijfsrecreatie in Meppel achterblijft bij de rest van Drenthe. Hier liggen kansen voor groei. Dan moet het verblijfsaanbod zowel kwantitatief als kwalitatief echter vergroot worden. Dit is een van de belangrijkste voorwaarden om de ambitie, namelijk om de werkgelegenheid en de bestedingen in de T&R sector te laten groeien, waar te kunnen maken.
Door de inzet op het versterken van de verblijfsrecreatie projectmatig te organiseren (vanuit de bestaande informatie) willen we extra inzet hierop borgen.
Hieronder verkennen we mogelijkheden en geven we aan waarop we willen inzetten. Eventuele consequenties voor de uitvoering zijn telkens gecursiveerd. Hieruit voortvloeiende acties zijn bovendien in de uitvoeringskalender opgenomen.

3.5.1. Hotel

Een hotel op loopafstand of in het centrum van Meppel zou een geweldige stimulans zijn voor de verblijfsrecreatie in Meppel. Het past bovendien bij het merkconcept Meppel (Open, Stads en Sjiek) en zou een spin-off zijn voor ondernemers in de binnenstad. Bovendien biedt een hotel in de binnenstad een andere beleving ten opzichte van de grotere hotels in de omgeving zoals Van der Valk in Zwolle en Wolvega en Waanders in Staphorst.
Kortom, een hotel biedt een substantiële meerwaarde aan de werkgelegenheid, toeleverende bedrijven, (horeca)bestedingen in Meppel, theater- en bioscoopbezoek, evenementen en het toeristisch-recreatief aanbod van Meppel. Dit maakt het vanuit toeristisch-recreatief oogpunt zeer gewenst. Gezien het geringe aantal overnachtingsmogelijkheden in Meppel en vanuit eerdere behoefte-onderzoek kan vastgesteld worden dat er in Meppel bovendien markt is voor een hotel.
De invloed van de gemeente op de komst van een hotel in Meppel is beperkt. De gemeente kan zo goed mogelijk faciliteren door initiatieven direct vanaf het begin integraal op te pakken. Planologisch kan dan meteen meegedacht worden over de mogelijkheden, zodat slagvaardig kan worden gehandeld.

3.5.2. Bed & breakfast

Meppel is op gebied van Bed & Breakfastaccommodaties sterk ondervertegenwoordigd. De historische panden in de stad en boerderijen in het buitengebied lenen zich uitstekend als B&B. B&B's zijn juist door de kleinschaligheid en persoonlijke benadering populair onder vakantiegangers.
We willen inzetten op het vergroten van het aanbod aan B&B's, vooral in het centrum van Meppel, door hier actief over te communiceren. Met de recente actualisering van de bestemmingsplannen is al voorzien in de mogelijkheid van B&B's in het centrum.

3.5.3. Campings

Meppel telt één reguliere camping; de Havixhorst en 3 minicampings de Kikkerije, Oes Stekkie en de Kolderkamp.[26] De trend is dat kampeerders steeds meer op zoek zijn naar luxe en andere vormen van kamperen. Zo wordt op campings steeds meer gebruik gemaakt van innovatieve overnachtingsmogelijkheden[27]. Op deze manier kan men zich onderscheiden. Dit betekent dat ondernemers moeten blijven investeren in hun camping'concept'.

---

26 Er zijn een paar cijfers beschikbaar. De Havixhorst telt 60 plaatsen en de Kikkerije had in 2012 6900 overnachtingen. Dit zijn overigens bijna net zoveel als het aantal bootovernachtingen (8000).
27 Pipowagens, boomhutten, Glampings etc.

We willen innovatie graag stimuleren. Vanuit de verantwoordelijkheid van de gemeente met betrekking tot het algemeen belang en de veiligheid moeten we echter rekening houden met het verschil in regelgeving tussen tijdelijk verblijf (kampeermiddelen) en semi-permanent verblijf (recreatiewoningen). Een kanttekening dus in de uitvoering, maar wel de enige.

3.5.4. Camperplaatsen

Aan het Westeinde is een kleine camperplaats voor 15 campers. Het aantal overnachtingen van camperaars is in Meppel de laatste jaren verdubbeld, van 487 in 2007 naar 1.051 in 2011. De camperplaats scoort dan ook hoog in de lijst van populaire camperplaatsen. Het is een mooie locatie aan het water en op loopafstand van de binnenstad. Er is behoefte aan uitbreiding van de plaats[28]. Dit is echter niet zo eenvoudig. De ruimte hiervoor ontbreekt grotendeels. Vanuit T&R perspectief is het verruimen van mogelijkheden om met een camper in Meppel te overnachten zeer gewenst. Hetzij op de huidige locatie, hetzij elders.
Voor de langere termijn is verplaatsing van het camperterrein, in combinatie met ander gebruik, bijvoorbeeld aanlegplaatsen en/of evenementenvoorzieningen een optie. De locatie die hiervoor in beeld is, is bij zwembad Hesselingen. De mogelijkheden en onmogelijkheden worden momenteel, vanuit ruimtelijk beleid, verkend door het zwembad en de gemeente.

3.5.5. Bungalows

Meppel heeft geen bungalowpark.[29] In omliggende gemeenten zijn wel de nodige recreatieparken aanwezig. De vakantiegangers die hier verblijven, brengen, naar verluidt, veelal wel een bezoek aan Meppel. De bungalowsector is de laatste jaren groeiende, met name als het gaat om comfortabele huisjes met een duidelijke toegevoegde waarde, zoals varen, zwemmen en wellness. In Meppel ligt hier een kans voor de vestiging van een bungalowpark in combinatie met de (omgeving) Nieuwveense Landen. Vanuit T&R perspectief zouden we dit particuliere initiatief toejuichen.
In het kader van de structuurvisie voeren we een quick scan uit naar de haalbaarheid van een bungalowpark bij Nieuwveense Landen. We adviseren de uitkomsten ervan af te wachten. Deze zijn voor de zomer beschikbaar.

3.5.6. Bijzondere vormen van verblijfsrecreatie

In een aantal steden zijn bijzondere vormen van overnachten op het water te vinden. Denk aan een botel of chalets aan het water. Ook zijn er ideeën gerezen om een link te leggen tussen toeristische verblijfsmogelijkheden (hotel-achtig) en leegstaande panden.
We willen in de periode 2013-2015 ideeën om alternatieve vormen van verblijfsrecreatie mogelijk te maken in Meppel verder verkennen. Vooralsnog lijkt het erop dat vooral formatieve inzet nodig is om het in de markt te zetten. Planologisch moet dit uitgewerkt worden in een beleidsnotitie.[30]

3.5.7. Ligplaatsen voor bezoekers

In de analyse zagen we al dat Meppel goed scoort op het gebied van vaarrecreatie. Investeren in faciliteiten voor de watersport is dan ook interessant. De basisvoorzieningen voor de recreatievaart zijn echter op een aantal punten mager. Betere voorzieningen zal vaarrecreanten verleiden langer in Meppel ter blijven.
De komende jaren onderzoeken we hoe we de ligplaatsen kwantitatief en kwalitatief verder kunnen ontwikkelen.[31] *Daarnaast willen we, afhankelijk van de locatie, basisvoorzieningen uitbreiden. Waar mogelijk zetten we voorzieningen multifunctioneel in. Overigens worden conform de begroting in 2013 vier stroompunten en twee watertappunten geplaatst.*

---

28 In een steunbetuiging vanuit de branche-organisatie Nederlandse CamperClub (NCC) wordt bevestigd dat er veel behoefte is aan extra camperplaatsen, ook bij Hesselingen.
29 De bestemming van bungalowpark Nijeveen is in 2011 gewijzigd in wonen.
30 Een bestemmingsplanwijziging is niet nodig.
31 Dit is een onderdeel van de transformatieopgave voor de waterentree via het Meppeler Diep in het kader van de Structuurvisie.

Hoofdstuk 4 Organisatorische zaken

In dit hoofdstuk komen organisatorische en financiële zaken aan de orde. Meppel is geen eiland. Integendeel het is strategisch gelegen en kan meeliften op de promotie van maar liefst drie regiomerken; Het Nationaal Park van Drenthe, Reestdal en Waterreijk Weerribben Wieden. Door de handen in één te slaan, sta je sterker. Dit is soms lastig, want met beperkte budgetten moeten scherpe keuzes gemaakt worden. Maar het kan ook waardevol zijn omdat gezamenlijke promotie tot een groter bereik en lagere kosten leidt. Samenwerking is dus een belangrijk gegeven in dit hoofdstuk, maar ook de eigen organisatie en de rol van de gemeente zullen de revue passeren.

4.1. De eigen organisatie

4.1.1. De rol van de gemeente

De gemeentelijke taak is om te regisseren. Met dit TROP bakenen we de kaders af en geven we de prioriteiten aan. De gemeente brengt ondernemers, organisaties en inwoners samen en stimuleert om te verbinden en te vernieuwen. Vervolgens is het aan die partijen om over te gaan tot actie, de gemeente gaat niet op de stoel van ondernemers of instanties zitten. Wel kan de gemeente proactief de markt in beweging brengen door een aanjagende, ambitieuze en meewerkende houding uit te dragen en ideeën te toetsen in de markt.
De gemeente Meppel is met de inzet van een beleidsadviseur T&R, accountmanager economie/T&R en evenementen coördinator, het Toeristisch Platform en Citymarketing Meppel actief betrokken bij de sector.

4.1.2. Citymarketing

Citymarketing Meppel is onderdeel van de gemeente Meppel en opgericht in 2008. Ze helpt Meppel op de kaart te zetten en richt zich in het bijzonder op drie doelgroepen: (nieuwe) bewoners, bedrijven en bezoekers. Citymarketing Meppel werkt samen met (toeristische) organisaties in Meppel en omgeving. Ze is herkenbaar aan het beeldmerk 'de ooievaar' en de slogan Stad met Stijl. Deze komt terug in alle marketing- en promotiemiddelen die door Citymarketing Meppel zijn ontwikkeld. Citymarketing heeft als doel het begrip Stad met Stijl en het bijbehorende logo meer in de etalage te zetten. Internet is een must om Meppel in de etalage te zetten. De site meppelstadmetstijl.nl biedt al een platform met veel informatie.
Citymarketing beschouwt het als een structurele gedragslijn om de sitenaam meppelstadmetstijl.nl standaard te vermelden in alle correspondentie van de gemeente Meppel. Via de 'grotere vangnetten' als drenthe.nl, beleefoverijssel.nl, hetwaterreijk.nl en vakantieinhetreestdal.nl wil Citymarketing Meppel verder profileren. Via social media wil ze het merk stadmetstijl verder bekendheid geven. Structureel wordt nagegaan of ondernemerssites meer gebruik kunnen maken van koppelingen en verwijzingen.

4.1.3. VVV-functie

De taak en functie van het VVV is de afgelopen jaren veranderd. Toeristen zoeken en boeken steeds meer op internet. Na het faillissement in2008 van de VVV Drenthe is de provinciale VVV-functie overgegaan naar Tourist Info Drenthe. Overal in de provincie zijn toeristische informatiepunten opgezet, die deels door professionals, met ondersteuning van vele vrijwilligers gerund worden. De gemeente Meppel bouwt de subsidierelatie met VVV Meppel af.
Om de VVV-functie te borgen zijn de volgende alternatieven door Citymarketing in gang gezet en/of in ontwikkeling:

1. *Informatiefunctie door het plaatsen van digitale lichtkranten bij invalswegen in de stad in samenwerking met Ondernemersfonds en ondernemersverenigingen (dit is al gerealiseerd, zie ook Thema I);*
2. *In 2013 spandoeken plaatsen bij de invalswegen van Meppel (zie ook thema I);*
3. *Informatiefunctie continueren en uitbreiden via website meppelmetstijl.nl, informatiepaneel bij station (zie ook Thema I), participatie in minimagazine Uit in Meppel en Culturele Jaaragenda, advertenties in provinciale bladen en beursbezoeken;*
4. *Gastheerfunctie binnen een bestaande Meppeler winkel of voorziening in de vorm van een Toeristisch*

InformatiePunt (TIP);

5. *Stadswandelingen herzien en digitaliseren (zie ook Thema I).*
6. *Geëigende locaties van foldermateriaal laten voorzien.*

4.2. Lokale inbedding

4.2.1. Ondernemersfonds Meppel

In 2011 is het Ondernemersfonds opgezet. Eén van de redenen voor oprichting was dat de organisatie van evenementen en de inrichting van voorzieningen vaak op de schouders van dezelfde ondernemers terecht kwam. Andere bedrijven profiteerden hiervan, terwijl ze geen financiële bijdrage leverden. Dit free-riders gedrag is nu voorkomen met extra OZB heffing voor alle bedrijven in Meppel. Het geld uit het fonds komt aan hen ten goede. Het fonds investeert in stadspromotie, activiteiten in de binnenstad, winkelcentra en op bedrijventerreinen, culturele activiteiten en parkmanagement. Een onafhankelijk stichtingsbestuur maakt de afweging over de besteding van het fonds. De gemeente participeert zelf niet in het Ondernemersfonds.

Actiepunten uit dit TROP kunnen vanuit (ondernemers)verenigingsverband ingebracht worden ter financiering uit het Ondernemersfonds. Het bestuur van stichting Ondernemersfonds Meppel zal dan een dergelijk verzoek in behandeling nemen en beoordelen of het initiatief door het ondernemersfonds kan worden gefinancierd.

4.2.2. Toeristisch Platform Meppel

Het Toeristisch Platform Meppel vertegenwoordigt de sector. Het is nu een uitwisselingsplatform en toetsingskader voor gemeentelijk beleid. Daarnaast bevordert het de samenwerking en afstemming. Momenteel vervult de gemeente hierin de centrale rol, zij bepaalt hoofdzakelijk de agenda en heeft de voorzittersrol.

Het platform kan efficiënter ingezet worden door het zelfstandiger te laten functioneren onder leiding van een voorzitter van buiten de ambtelijke organisatie. De deelnemers bepalen dan gezamenlijk de agenda en leveren initiatieven aan en de gemeente participeert als één van de partijen.[32] We willen de mogelijkheden naar een nieuwe opzet van het Toeristisch Platform verkennen.

4.2.3. Ondernemerscontacten

De gemeente investeert in haar relatie met de Meppeler ondernemers. Twee keer per jaar is er een ondernemersoverleg Recreatie en Toerisme . Daarnaast bezoekt de portefeuillehouder eens per kwartaal een bedrijf uit de sector. Met evenementenorganisaties wordt twee keer per jaar een bijeenkomst belegd.

We willen de huidige overlegstructuur de komende jaren in stand houden.

32 Wellicht is het Toeristisch Platform ook breder te trekken naar een Stichting Meppel Marketing met meer verbinding naar citymarketing, het Ondernemersfonds en andere ondernemersverenigingen, zoals Stichting Ondernemend Reestdal.

4.3. Regionale inbedding

4.3.1. Het netwerk 'Bestemming Zuidwest Drenthe'

De gemeenten Westerveld, Midden-Drenthe, Hoogeveen, De Wolden en Meppel hebben van 2009 tot en met 2012 de handen ineengeslagen om de regio Zuidwest-Drenthe te promoten.[33] Projecten als Bestemming Zuidwest-Drenthe hebben tot meerdaagse arrangementen in de regio geleid en hebben het dagbezoek aan Meppel gestimuleerd.
We blijven participeren in het netwerk 'Bestemming Zuidwest Drenthe'. Hierdoor kan de gemeente meeliften op regiobekendheid. Overigens is dit inmiddels vastgelegd in de (provinciale) gebiedsagenda Zuidwest-Drenthe.

4.3.2. Marketing Oost en Marketing Drenthe

Voor de promotie van Overijssel en Drenthe op gebied van wonen, werken en recreëren buiten de provinciale grenzen zijn respectievelijk Marketing Oost[34] en Marketing Drenthe[35] actief. Zij worden door de provincie gefinancierd en bieden ook een etalage voor de gemeente Meppel.
We blijven participeren in Marketing Drenthe en voor wat betreft Marketing Oost willen we aanhaken bij de merken Waterreijk en IJsseldelta en meeliften op de profilering van Zwolle.

4.3.3. Recreatieschap Drenthe

Het Recreatieschap Drenthe is een gemeenschappelijke regeling van alle Drentse gemeenten en de gemeente Ooststellingwerf. Het Recreatieschap initieert en coördineert projecten (bijv. Idyllisch Reestdal en onderdelen Stadsrandzone), vraagt (EU) subsidiegelden aan, verzorgt de aanleg en onderhoud van het fietsknooppuntensysteem en de recreatief-toeristische infrastructuur (fiets, wandel en ruiterpaden). Verder doet het recreatieschap Drenthe-breed onderzoek naar de vrijetijdssector en stimuleert nieuwe ontwikkelingen (kwaliteitsverbetering ondernemers, recreantenatlas). Het is een overlegorgaan voor alle toeristische beleidsambtenaren en portefeuillehouders en zorgt daarmee voor kennisuitwisseling en beleidsafstemming, ook op gebied van (planologische) wetgeving.
We blijven participeren in het Recreatieschap Drenthe.

---

33 Dit leidde o.a. tot gezamenlijk beursbezoek, de ontwikkeling van de Eddy de Eekhoorn lijn (mascotte, kinderboek met regio-avonturen, arrangementen), gezamenlijke brochures (ook Duits- en Engelstalig), een belevenissenkaart van het gebied inclusief Reestdal en Waterreijk Weerribben, ondernemersbijeenkomsten, onderzoek paardenroutes en de Drenthetrail (trektocht te paard langs ondernemers in Dwingelderveld en Drents-Friese Wold). De regio Zuidwest-Drenthe wordt door de provincie Drenthe aangemerkt als de toeristische regio. Afgesproken is dat de betrokken gemeenten het Westerveldse slogan 'het Nationale park van Drenthe' mogen gebruiken in hun uitingen.

34 Marketing Oost (locatie Zwolle) bestaat uit 6 toeristische (regio)merken, te weten IJsseldelta, WaterReijk Weerribben Wieden, Zwolle, Vechtdal Overijssel, Salland en Hanzesteden langs de IJssel. Marketing Oost streeft naar het verbeteren van het imago en het vergroten van de naamsbekendheid van deze merken. Ze doet dit door middel van regio-en stadsmarketing in de brede zin van het woord. De nadruk ligt op recreatie en toerisme, maar er is steeds meer aandacht voor andere domeinen, zoals wonen, werken, onderwijs en zorg, die samen met toerisme en recreatie de aantrekkelijkheid van stad en regio bepalen. De Overijsselse (regio)merken worden ondersteund door KennispuntOost, ten behoeve van de hele provincie Overijssel. Deze eenheid binnen Marketing Oost houdt zich enerzijds bezig met marktonderzoek, monitoring en effectmeting en anderzijds met de doorontwikkeling en toepassing van onlinemarketing. Daarnaast maakt ook Routepunt Oost deel uit van Marketing Oost. Hier staan coördinatie en onderhoud van bestaande routenetwerken en de ontwikkeling van nieuwe netwerken centraal.

35 Marketing Drenthe is verantwoordelijk voor het verbeteren van het imago van Drenthe op gebied van wonen, werken en toerisme. De campagnes zijn gericht op de Nederlandse markt, bijvoorbeeld via tv-commercials (waarbij de Havixhorst prominent in beeld kwam) en ambassadeurs/Drentepreneurs. Hier kan citymarketing Meppel op aanhaken.

4.3.4. TouristInfo Drenthe

Gemeenten zijn zelf verantwoordelijk voor de lokale toeristische informatievoorziening. In Drenthe is een samenwerking onder de vlag van TouristInfo Drenthe. Meppel is aangesloten bij TouristInfo Drenthe.
We willen de deelname in TouristInfo continueren.

4.3.5. Idyllisch Reestdal

Het project Idyllisch Reestdal (2010-2012) werd geïnitieerd en gecoördineerd door Recreatieschap Drenthe in een intensieve samenwerking tussen de gemeenten Staphorst, Hardenberg, De Wolden, Meppel, Vechtdal Marketing en Routepunt Oost om het Reestdal op de kaart te zetten. Dit met financiële ondersteuning vanuit Leader Overijssel, het EU-fonds Plattelandsontwikkeling en de provincies Overijssel en Drenthe. [36]Actieve ondersteuning vanuit gemeente aan de stichting is gewenst. Hoewel het project is afgerond blijft de samenwerking intact (ambtelijk en met de ondernemersclub).
We willen de samenwerking, voortgekomen uit het project Idyllisch Reestdal voortzetten.
Als er weer mogelijkheden zijn om het Reestdal voor subsidie in aanmerking te laten komen, willen we hier goed op in kunnen springen. Daarom is het is verstandig om een cofinancieringbedrag achter de hand te hebben. Dit nemen we mee in de PPN 2015-2018.

4.4. Kennisinstituten

De concurrentie in de recreatief-toeristische markt is groot. Het onderscheiden en goed in de markt zetten van de regiomerken en de Meppeler bedrijven is noodzaak. Hierbij kunnen (onderwijs)instellingen van dienst zijn. Bijvoorbeeld het Kenniscentrum Ondernemerschap (onderdeel Hanzehogeschool Groningen), Stenden University en Syntens. Zij adviseren en begeleiden ondernemers in de toeristisch-recreatieve sector. Vanuit de sector (o.a. Stichting Vrije Recreatie en Recron) worden eveneens trainingen aangeboden. In Drenthe is het Toeristisch Recreatief Drenthe[37] actief met de organisatie van gerichte workshops voor ondernemers.
We willen als pilot, in samenwerking met instellingen en organisaties in de T&R-sector, een workshop organiseren op het terrein van kwaliteitsverbetering. Dit willen we, afhankelijk van de bevindingen periodiek herhalen. Eerste planjaar 2014. Dekking via het T&R budget.

4.5. Toeristenbelasting

Meppel is de enige Drentse gemeente waar geen toeristenbelasting wordt geheven. Dit is een bewuste keuze, bedoeld om de groei van de verblijfsrecreatie te ondersteunen.

---

36 Resultaten waren o.a.: natuurspeelpad De Wheem (Oud-Avereest), 5 verhalenpalen, uitkijktoren Reeststouwe, welkomstborden, ondernemersbijeenkomsten, GPS routes, fotomateriaal, jaarlijks minimagazine Reestdal, ondersteuning kunstroute IJhorst-de Wijk, twee films, luchtopnames Reest, streekproducten en bad/douche producten, Reestdaldisplay en de oprichting van de stichting Ondernemend Reestdal. Laatstgenoemde heeft de verdere ontwikkeling van een aantal opgeleverde producten op zich genomen, alsook de uitbouw van het Reestdal-imago.

37 Toeristisch Recreatief Drenthe (TRD) is een samenwerking Recron, Kamer van Koophandel en Hoteliers in Drenthe.

Hoofdstuk 5 Uitvoeringsagenda TROP 2.0

Hieronder worden beleidsuitgangspunten en –voornemens vertaald naar concrete acties in de komende jaren. Per actie is aangegeven hoe in dekking voorzien is (of zal worden). Acties die op korte termijn gepland zijn, zijn doorgaans geagendeerd voor 2013 of 2014. Acties die nog niet nader zijn ingepland, zijn gekoppeld aan de beleidsperiode van het TROP 2.0.
Om sturing op het geheel te borgen vragen we betrokken medewerkers van de diverse beleidsterreinen 'hun' acties in een plan van aanpak uit te werken. De coördinatie op deze plannen van aanpak ligt bij Toerisme & Recreatie.

Thema I Meppel als stad van verbinding		
Actie	**planning**	**Dekking dmv**
Aanleg TOP's	2014-2018	T&R-budget (cofinanciering)
Langs A28/A32 aantrekkelijkheid Meppel tonen	2014	Budget citymarketing
Spandoeken plaatsen langs invalroutes	2013	Budget citymarketing
Oriëntatiesysteem naar voorzieningen en parkeerplaatsen	2015-2018	Via PPN 2015-2018
Lang parkeren, achteraf betalen	2015-2018	Kromme Elleboog begr. 2013 jaarschijf 2015; Vledder PPN 2014-2017
Mogelijkheden van rotondes bespreken met provincie, ondernemers en onderwijs	2013-2014	Reguliere inzet
Fietsknooppuntennetwerk, bustijdendisplay en bebording bij het station	Gerealiseerd/in uitvoering	In voorzien via diverse budgetten
Verwijzing naar digitale informatie plaatsen	2013-2014	Budget citymarketing
Promotieposter op het perron plaatsen	2013-2014	Budget citymarketing
Met NS spoorwinkel arrangement maken	2013-2018	Reguliere inzet
Aanleg wandelbrug en routering Reestdal	2013-2014	Project stadsrandzone
Fietsroute Rondje Meppel ontwikkelen	2013-2018	Reguliere inzet
Verbindingen in groenblauwe structuren verbeteren en wandelmogelijkheden uitbreiden	2013-2018	Volgt via PPN
Wandelroutenetwerk uitbreiden en laten aansluiten op reeds bestaande in de omgeving	2013-2018	Volgt via PPN
Stadswandeling herzien, digitaliseren en digitaal wegzetten	2015-2018	T&R-budget of PPN
Onderzoeken of de bereikbaarheid van haven en binnenstad verder te optimaliseren is	2013-2014	Reguliere inzet

Thema II Meppel als cultuurhistorische handelsstad		
Actie	**Planning**	**Dekking dmv**
Geschiedenis van Meppel in beeld brengen	2013-2018	Volgt via PPN
Ondernemers stimuleren tot creatief plan voor verlevendiging van het water	2013-2014	Volgt
In samenwerking met ondernemers rondleidingen organiseren	2014-2015	regulier
Watererfgoedroute nieuw leven inblazen	2013-2018	regulier
Meedenken in TR mogelijkheden van Bleekerseiland	2013-2018	regulier

Thema III Meppel, leisurestad met regionale uitstraling		
Actie	**Planning**	**Dekking dmv**
Innoverende ondernemers in de T&R-sector ondersteunen vanuit gemeentelijke rol	2013-2018	regulier
Acties ter promotie van Meppel als winkelstad	continu	regulier
Horeca aanbod nader analyseren en bespreken met de horecaondernemers en Horeca Nederland	2013	regulier
Verharden van bestaande wegen voor skeeleren	Bezien in lange termijn planning (2019)	
Onderzoeken of het mogelijk is een ruiterpad te realiseren dat aansluit op de Binnenweg	2013-2014	Eventueel in de onderhoudsplanning van groen of wegen

Thema IV Meppel en de verblijfsrecreatie		
Actie	**Planning**	**Dekking dmv**
Projectmatige inzet regelen op verblijfsrecreatie (binnen de staande organisatie)	2013-2015	Regulier
De markt pro-actief benaderen om B&B's te stimuleren	2013-2018	Regulier citymarketing en TR
Het stimuleren van innovatie op campings middels overleg	2013-2018	Reguliere inzet
Onderzoeken hoe uitbreiding van het aantal camperplaatsen mogelijk is	2013-2018	Nog niet bepaald
Uitkomsten quick scan haalbaarheid bungalowpark bij Nieuwveense Landen afwachten	2013	Structuurvisie
Verkennen van mogelijkheden voor alternatieve vormen van overnachten	2013-2015	Reguliere inzet
Onderzoeken hoe de kwaliteit voor de vaarrecreatie te verhogen is	2013-2018	Reguliere inzet en evt. PPN

Organisatorisch zaken		
Actie	**Planning**	**Dekking dmv**
Rol gemeente in T&R-sector continueren	2013-2018	Reguliere inzet
Citymarketing continueren (aandachtspunt zijn digitale koppelingen en verwijzingen tussen en met ondernemers)	2013-2018	Reguliere inzet
VVV-functie borgen binnen citymarketing volgens de afspraken	2013-2018	Reguliere inzet
Mogelijkheden van deelname aan het Ondernemersfonds uitwerken	2013	Volgt in PPN
Mogelijkheden van een andere opzet van het Toeristisch Platform verkennen	2013-2018	Reguliere inzet
Overlegstructuren met ondernemers continueren	2013-2018	Reguliere inzet
Deelname in netwerk Zuidwest Drenthe continueren	2013-2018	Reguliere inzet
Blijven participeren in Marketing Drenthe	2013-2018	Reguliere inzet

Organisatorisch zaken		
Actie	**Planning**	**Dekking dmv**
Participeren in Marketing Oost voor wat betreft Waterreijk Weerribben Wieden, IJsseldelta en de profilering van de regio Zwolle e.o.	2013-2018	Reguliere inzet
Blijven participeren in Recreatieschap Drenthe	2013-2018	Reguliere inzet
Blijven participeren in TouristInfo Drenthe	2013-2018	Reguliere inzet
Samenwerking in het kader van Idyllisch Reestdal continueren en budget voor cofinanciering organiseren	2013-2018	PPN 2015-2018
Reguliere inzet		
Workshop op het gebied van kwaliteitsverbetering organiseren als pilot	2014	T&R-budget

Bijlage 1. Gerealiseerde acties uit TROP 2005

Maatregelen	Realisatie
I Randvoorwaarden	
a. Citybranding :	Is gerealiseerd en loopt.
Ontwikkelen citymarketing logo	
Concept in alle uitingen en in beeld uitdragen	Website gemaakt en loopt mee via uitingen citymarketing Meppel
b. Kanaliseren initiatieven	
Stichting Meppel Marketing vormen, met bestuur en platform.	Citymarketing nu nog onder paraplu gemeente. Businessplan is in voorbereiding.
Coördinatie en aanjaagfunctie met de diverse stichtingen en vrijwilligers als professionele spin in het web.	Team citymarketing is gevormd. Vooral rol van evenementencoördinator.
Jaarlijkse activiteitenplannen en planmatig werken aan (qua tijdstip en thema) gespreide activiteiten.	Subsidiebudget evenementen is nu nog geen onderdeel van citymarketing. Subisidiëring loopt nu via afd. R en R. Het is wenselijk om dit onder te brengen bij citymarketing Meppel.
Budgetten genereren t.b.v. uitvoering van de jaarlijkse activiteitenplannen.	Voor zover mogelijk gebeurt dit via advertenties, beurzen, productontwikkeling.
Beleidsmatige integratie (Waterpoort, verkeer, detailhandel, binnenstad, TROP)	Er wordt gewerkt aan een nieuwe structuurvisie, waarin dit wordt meegenomen. Bij de realisatie van projecten is er nog niet altijd sprake van de gewenste integrale afstemming.
c. Marketing	
Informatie (stroomlijnen, verbeteren en ontsluiten van bestaande informatie).	Is gerealiseerd via www. Meppelstadmetsijl.nl; www.drenthe.nl; www.vvvmeppel.nl; toeristische gids; wegwijs evenementen en activiteiten, beursparticipatie
Publiciteit professionaliseren; grotere effectiviteit communicatie en PR	
De PR waarde vergroten door explicieter te kiezen voor bijzondere verpakkingen van activiteiten	Meppel tas met informatie over Meppel, Meppel aan de Maas, Radio 538, Kunst in de etalage zijn enkele voorbeelden.
Nieuwe identiteit uitdragen en versterken met passende acties, thema's en activiteiten.	Er zijn samen met ondernemers arrangementen ontwikkeld, thema Meppel winterstad en enkele evenementen zijn opgezet om extra bezoek naar Meppel te trekken.
Uitingen langs snel-, spoorwegen om te wijzen op het bijzondere (in) Meppel.	Is in ontwikkeling bij Citymarketing Meppel. Offertes gevraagd, onderzoek naar mogelijke locaties.
d. Samenwerking	
Naar convenant tussen gemeente, VVV en ondernemers	Samenwerkingsovereenkomst is in concept gereed. Moet nog wel een keer besproken worden in TPM. (draagvlak?)
Bedrijvencontactfunctionaris voor ondernemers met vestigings- of uitbreidingsplannen.	Er zijn meerdere bedrijvencontactfunctionarissen aangesteld die ondernemers ondersteunen bij vestigings- en uitbreidingsplannen. Gezien de recessie ligt de focus op behoud van bestaande bedrijvigheid.

Maatregelen	Realisatie
e. Arrangementen	
Aansprekende boekbare arrangementen ontwikkelen en vermarkten.	Er is door VVV een drietal arrangementen ontwikkeld. Er is echter weinig belangstelling voor deze arrangementen. Vanuit project ZW Drenthe zijn een tweetal arrangementen ontwikkeld Stad-platteland/ Meppel-Giethoorn
f. Logies	
vestiging verblijfsrecreatieve trekkers (grote camping, hotel) bijv. door verplaatsing.	Er zijn contacten met marktpartijen. Ik ben niet op de hoogte van de stand van zaken. Ook ligt er een verzoek van een marktpartij voor nieuwbouw vakantiebungalows op het water.
Kwaliteitsverbetering logiesaccommodaties en nieuwvestiging van bijzondere overnachtingsvormen.	Uitbreiding Reisiger is niet gerealiseerd. Meppels Inn dreigt door afstoting accommodatie te verdwijnen. Er is de afgelopen jaren niet geinvesteerd in de kwaliteitsverbetering van verblijfsaccommodaties.
II Binnenstad	
a. Historische kwaliteit	
Kwaliteitshandboek Openbare Ruimte.	Handboek inrichting Openbare ruimte is deels gerealiseerd. Kwaliteit op Maat (beheersmatig van het groen)
b. Pleinen	
Stadspleinen in het centrum ontwikkelen en vervolgens profileren.	Wheem en Kerkplein zijn opnieuw bestraat. Groenmarkt staat op de planning.
c. detailhandel	
Meer unieke gespecialiseerde detailhandel, cultuur en ambachten.	Meppel heeft een divers winkelaanbod met veel speciaalzaken. Verder een groei in de creatieve sector (zzp-ers).
d. gasfabriek	
Ontwikkelen Het Vledder tot 'leisure stad' met parkeerruimte, plein, bioscoop, Gasfabriek etc. als trekkers.	Masterplan het Vledder is deels uitgevoerd. Woningbouw is gerealiseerd, evenementenplein, bioscoop is (nog) niet gerealiseerd.
e. Nieuwe trekkers	
Meppel als voorbeeld gemeente op gebied van kunst, architectuur en design.	Voorbeeld IJburg?
III Water	
a. Activiteiten	
Meer activiteiten op het water aan de grachten.	Grachtenfestival subsidiëren.
b. Slenterkades	
Slenterkades en routes langs het water	Stadswandeling langs het water. (niet met bebording).

Maatregelen	Realisatie
c. Poorten	
Perceptie van Waterpoort creëren.	Welkomstborden geplaatst langs het Meppeler Diep. Vaarrecreanten worden gastvrij ontvangen met welkomstpakket (Meppel tas).
d. Sluisbediening	
Vraaggestuurde bediening ook op zondagen	Brug en sluisbedieningstijden zijn aangepast. Op zon- en feestdagen van 1-05 t/m 1-10 van 09.00 - 09.30 / 18.30 en 19.30 en in hoogseizoen ook van 13.00 - 17.00 uur.
e. Sfeerverhoging	
Winterligplaatsen voor bruine vloot in het centrum (ontheffing nodig).	Aanlegplaatsen voor 5 historische varende beroepsvaartuigen in de binnenstad is gerealiseerd. Ruimte voor 2 winterligplaatsen.
f. Water entree	
(deel) Oevers A ontwikkelen als zone voor 'waterwonen, waterwerken, waterrecreëren')	Is niet gerealiseerd. Er is wel een onderzoek gedaan naar uitbreiding van de jachthaven. Er is een rapport verschenen, maar met de uitkomsten is niets gedaan.
g. jachthaven Oevers A (Zwikker terrein)	Is niet gerealiseerd.
In Schuttevaerhaven passantenligplaatsen en aan Meppelerdiep (centrumzijde) tiental ligplaatsen.	Er zijn geen extra ligplaatsen gecreëerd. Er is wel een aantal grotere ligplaatsen gecreëerd.
h. Rondje Giethoorn	
Waterrecreatieve verbinding tussen Meppel en Giethoorn ontwikkelen. Bevaarbaar water Nieuwveense landen.	Is onderzocht en de aanlegkosten zijn te hoog. Vanwege recessie is hiervan afgezien.
IV Evenementen	
a. Evenementenhal	
Op nieuwe locatie vestiging nastreven van bekende hallen (en exploitant) van elders. Acquisitietraject.	Er is een plan (combi sport- en evenementenhal op Ezinge gepresenteerd door John Teunissen) Er was geen commitment in de raad. Er zijn een tweetal particuliere initiatieven. Deze worden op haalbaarheid getoetst.
b. Donderdag Meppel Dag	
De DMD uitbouwen door nieuwe dragende trekkers toe te voegen.	DMD werkt nu met Thema's. Mokumdag en Straattheaterfestival zijn dragende trekkers.
De Koopzondagen als 'nieuwe' DMD ontwikkelen als echte evenementen.	Een viertal Koopzondagen zijn gekoppeld aan een thema. Kinderactiviteiten, Piraten/ shantykorenfestival, Old timers, Sunday-blues.
c. Specifieke evenementen en thema's	
Activiteiten op en rond de grachten ontwikkelen inclusief kleine watersport.	
Meer typisch Meppeler evenementen ontwikkelen die identiteit van Meppel versterken.	Er is een aantal nieuwe initiatieven ontstaan, opgepakt door Xodus en ondernemers, zoals Prinsengrachtconcert Meppel, Meppel Culinair, Picknick in the Park, Culturele Uitdag.

Maatregelen	Realisatie
	Citymarketing Meppel heeft samen met ondernemers “Meppel winterstad/Kunst in de etalage opgepakt”.
d. Evenementensignalering	
Offerte vragen bij outdoor exploitanten voor billboards langs invalswegen met o.a. evenementen informatie van Meppel.	Citymarketing Meppel heeft contact met Suurland reclame. Borden zijn inmiddels geplaatst en werken m.i.v. december 2012.
e. Evenementenplein	
Gebruik maken van herontwikkeling het Vledder om te komen tot evenementenplein.	Plan op het Vledder is, door economische ontwikkelingen, aangepast. Er is geen evenementenplein gerealiseerd.
V. Infrastructuur	
a. Bewegwijzering	
Ontwikkeling van een bewegwijzeringssysteem t.b.v. de belangrijkste routes en parkeerplaatsen incl. ruimte voor toeristische accenten (“Altstad”).	In de raad was geen draagvlak voor een digitale parkeerverwijzing. Citymarketing Meppel heeft kaartjes ontwikkeld.
b. Routes	
Naar handvol goede wandel, fiets, vaar, ruiter en skateroutes met start- en eindpunt in het centrum/ station die goed worden vermarkt.	Er is een aantal routes.
c. Parkeren	
Verbeteren voorwaarden en locaties voor langer parkeren (qua kosten, bereikbaarheid en loopafstand tot het centrum).	
d. Transferium	
Overstapplaats of Transferium nabij het station als o.v. toegangspoort en overstapplek.	Er zijn aan de achterzijde van het station extra parkeerplaatsen gerealiseerd. Er is geen stadsdienst vanaf NS station.
e. Verbinding water en binnenstad	
Tuin van de stad ontwikkelen als verbindende structuren.	Het water is deels teruggebracht in de binnenstad met het uitgraven van een deel van de Prinsengracht. De Tuin van de stad is deels gerealiseerd (stadhuis) nog geen verbinding met binnenstad.
f. Echte poorten	
Echte poorten nodig bij invalswegen. Kan kunstwerk zijn. Realisatie 2 - 3 poorten	

Bijlage 2. Een vergelijking van de T&R-werkgelegenheid in Meppel en in Drenthe

Werkgelegenheid 2011	Direct		Afgeleid		Totaal	
Meppel	abs	% van het totaal in Drenthe	abs	% van het totaal in Drenthe	abs	% van het totaal in Drenthe
dagrecreatie	197	4,1	171	3,9	368	4,0
verblijfsrecreatie	24	0,5	25	1,3	48	0,8

Bron: Ecorys, Toerisme verdient meer, 2012, 69-70

We zien dat de T&R werkgelegenheid op zeer bescheiden schaal bijdraagt aan de TR werkgelegenheid in heel Drenthe. Ook zien we dat de verblijfsrecreatie, vooral in absolute zin, beduidend kleiner is dan de dagrecreatie.

Boot & Breakfast

Bijlage 3. Trends op het gebied van Toerisme en Recreatie

Hier volgt een overzicht van trends in de toeristisch-recreatieve sector die ook in de gemeente Meppel hun invloed hebben.

Nederland vergrijst
Naar verwachting is in 2035 ongeveer 25% van de Nederlandse bevolking 65 jaar of ouder. Deze senior heeft relatief veel tijd en geld en een goede gezondheid. In zijn vrije tijd is hij graag actief bezig. Bij de actieve senior staat service en comfort voorop. De zorgvragende groep biedt kansen om op in te spelen.

De wereld wordt steeds kleiner
De moderne mens kijkt steeds meer over de landsgrenzen heen, ook voor een vakantie. Dit houdt in dat Nederlandse bestemmingen steeds meer de concurrentie met buitenlandse bestemmingen aan moeten gaan. De langere vakanties worden nog voor het merendeel in het buitenland doorgebracht. Echter driekwart van de korte vakanties worden in het binnenland doorgebracht. De hotelbranche van Meppel kan hierop inspelen.

Naast dat landsgrenzen vervagen, vervaagd ook werk en privé steeds meer. Het plaats en tijdonafhankelijk uitvoeren van kantoorwerkzaamheden is een trend die steeds zichtbaarder wordt. Deze trend is vooral van invloed op hoe wij onze vrije tijd gaan invullen.

ICT en technologische ontwikkelingen
De ontwikkeling van allerlei nieuwe technologieën heeft ook zijn invloed bij toerisme en recreatie. Bijvoorbeeld het bieden van informatie, het boeken van vakanties en de activiteiten die ondernomen worden. Internet, mobiele telefonie en GPS-systemen en social media hebben het laatste decennium hun intrede gedaan en bieden kansen voor nieuwe innovatieve recreatieproducten en informatievoorziening daarover.

Economische recessie
De economische recessie zorgt ervoor dat de Nederlander terughoudender is geworden op het gebied van recreatie en vakantie. We zien dat mensen minder snel geneigd zijn op vakantie te gaan. Ook wordt er bezuinigd op de reis door minder vaak en minder ver te reizen. Mensen denken er eerder over om in eigen land op vakantie te gaan.

Van belevenis naar beleving (taste & feel)
Het behoeftepatroon van mensen is de afgelopen tijd bepaald door het begrip belevenissen. In zijn vrije tijd beleefde men de ene kortdurende bijzondere ervaring na de andere. De consument heeft echter genoeg van kortdurende eenmalige belevenissen die snel weer worden vergeten. Beleving is het nieuwe sleutelwoord. Mensen willen geraakt worden door ervaringen en gaan op zoek naar activiteiten die emotie losmaken. Hierbij kunnen alle zintuigen worden aangesproken. Dit vraagt een meer persoonlijke aanpak van bedrijven in de toeristisch-recreatieve sector. Vooral het plattelandstoerisme vaart hier wel bij. Mede door het succes van ‘Boer zoekt vrouw’. Denk hierbij niet alleen aan boerencampings, ook het hogere segment kan hier prima op inspelen, mits authentiek.

Bewuste consument (trust)
De consument kiest bewuster. Men is zich meer bewust van de negatieve effecten van de consumptiemaatschappij en gaat op zoek naar producten en ervaringen die goed zijn voor ons. Vertrouwen speelt een belangrijke rol tussen consument en producent. Als bedrijven zich aan hun woord houden en gezonde, verantwoorde producten maken, kunnen zij rekenen op de loyaliteit van consumenten.

Gezondheidstoerisme (heal)
In de vergrijzende samenleving is gezondheid een steeds belangrijker thema. Dit uit zich onder meer in de opkomst van allerlei voorzieningen op het gebied van 'wellness', kuren en zorg. Door het jachtige bestaan waarin mensen steeds meer taken moeten combineren, wil men aandacht besteden aan ontspanning van lichaam en geest in een prettige, luxueuze omgeving. Ook mensen met een aandoening of ouderen die zorg nodig hebben, willen op vakantie. Hierbij is (medische) zorg op het verblijfsadres onontbeerlijk. Deze doelgroep zal door het groeiende aantal senioren in de toekomst aan belang toenemen.

Duurzaamheid (care)
De klimaatverandering en milieuvervuiling gaan de consument aan het hart. Consumenten zijn bewust van de effecten van onze consumptiemaatschappij en er is een groeiend besef dat welvaart en welzijn hand in hand moeten gaan. Bij het kiezen voor producten speelt duurzaamheid een steeds belangrijkere rol. Biologische voeding, klimaatneutraal vliegen en een bankpasje met klimaatbijdrage zijn maar enkele voorbeelden van producten van deze tijd. Ook de toeristische industrie kan hier op inspelen.

Groeiende belangstelling voor eigen omgeving (stay)
De globalisering heeft een soort tegenbeweging veroorzaakt: veel mensen hebben weer meer belangstelling voor de eigen omgeving en zijn op zoek naar de eigen identiteit. In dit kader worden natuur en landschap en cultuurhistorie weer meer gewaardeerd. Tijdens een dagje uit wil de bezoeker best iets wijzer worden. Grenzen tussen vermaak en educatie vervagen, doordat educatieve elementen steeds vaker op een interessante en vermakelijke wijze worden aangeboden. Dierentuinen, natuurbeherende organisaties en musea spelen hier handig op in en profileren zich als belevingscentra.

Luxe, comfort en kwaliteit
De eisen die worden gesteld aan vakantieaccommodaties worden steeds hoger. Het voorzieningenniveau dat mijn thuis heeft moet minimaal aangeboden worden, het liefst overtroffen. Kwaliteit uit zich ook in grotere standplaatsen en eenheden, waardoor per oppervlakte minder plaatsen kunnen worden aangeboden. De levenscyclus van producten wordt steeds korter. Ook het gastheerschap, persoonlijke aandacht en bijzondere ervaringen staan hoog in het vaandel.

Buitenrecreatie
Nederlanders brengen hun vrije tijd vaak recreërend in de buitenlucht door. Met name wandelen of fietsen voor het plezier zijn populair. Er zal nog meer gefietst en gewandeld gaan worden. Moderne fietsen worden zowel door spierkracht als door elektriciteit aangedreven. Dit zorgt ervoor dat ook senioren de fiets kunnen blijven gebruiken en dat de fiets ook voor langere afstanden gebruikt gaat worden. Ook wandelen wordt met GPS ondersteuning voor een bredere groep aantrekkelijk als vorm van recreatie. Naast buitenrecreatie zijn ook sporten en funshoppen in trek (elk 16% van alle vrijetijdsactiviteiten).

Trends vaarrecreatie:
- Ouderen blijven langer jong, het is een groeiende groep. Het aantal senioren met kajuitmotorboten stijgt hierdoor en er treedt seizoensverlenging op. Senioren varen vaker buiten het hoogseizoen.
- Het motorbootvaren wordt populairder, de gehele vloot (motor- en zeilboten) zal rond 2050 in Nederland bestaan uit ca. 230.000 boten (nu ca. 170.000 boten).
- De motorjachten worden groter en comfortabeler.
- Er is meer uitrusting aan boord, de vraag naar stroompunten (met hogere ampère) in passantenhavens neemt hierdoor toe.
- Men verlangt steeds meer luxe en gemak zowel aan boord als aan de wal. Er is vraag naar luxere faciliteiten in jachthavens.
- Er is een groeiende belangstelling om het achterland te bezoeken.
- De vaartochten worden korter (in afstand) met een langer verblijf op de wal.
- De belangstelling voor cultuurhistorisch en landschappelijk aantrekkelijke vaartochten in eigen land blijft groeien.

Bijlage 4. SWOT analyse Toerisme en Recreatie in Meppel

Hieronder staan de sterke en zwakke punten en de kansen en bedreigingen die vanuit de 'Economische Visie' voor Toerisme en recreatie in Meppel zijn benoemd.

Sterke punten:

- Situering in een prachtige omgeving (tussen 4 nationale natuurparken)
- Unieke (zee)havenfunctie (meest landinwaarts gelegen met uitstekende diepgang) met belang voor randstad/Noordoost-Nederland
- Ligging aan het spoor
- Ligging A28/A37, N371/N375/N851
- Goed bevaarbare Meppelerdiep/Drentse Hoofdvaart
- Een veelzijdige, compacte historische binnenstad
- Ondernemend karakter bedrijfsleven
- Relatief goed gecoördineerd en samenhangend promotiebeleid
- Een compleet winkelbestand (detailhandel) met bovenlokaal aanbod
- Het veelzijdige aanbod van culturele evenementen en activiteiten

Zwakke punten:

- Toegankelijkheid binnenstad en rommelige entrees van de stad
- Slechte zichtbaarheid van Meppel vanaf autosnelweg/treinspoor
- Ontbreken van recreatieve verblijfsaccommodatie/hotelaccommodatie (met als gevolg nauwelijks meerdaagse arrangementen bezoekers)
- Verkeer en parkeren in het centrum
- Onbekend maakt onbemind: veel mensen kennen Meppel niet écht.
- Geen moderne vergader/congrescentra of evenementenhal

Kansen:

- Versterking van de havenfunctie (Mainport Netwerk Nederland) en accommoderen van watergebonden bedrijvigheid in havengebied
- Verbetering spoorverbindingen Zwolle-Meppel
- Meer actief inzetten op toerisme en recreatie
- Uitvoering centrumplan en versterken regionale centrumfunctie
- Grote toeristische-recreatieve benutting van waterwegen: pleziervaart
- Samenwerking intensiveren tussen provincie en omringende gemeenten
- Citymarketing Meppel – stad met stijl
- Meppel is poort naar het noorden en entree van Drenthe

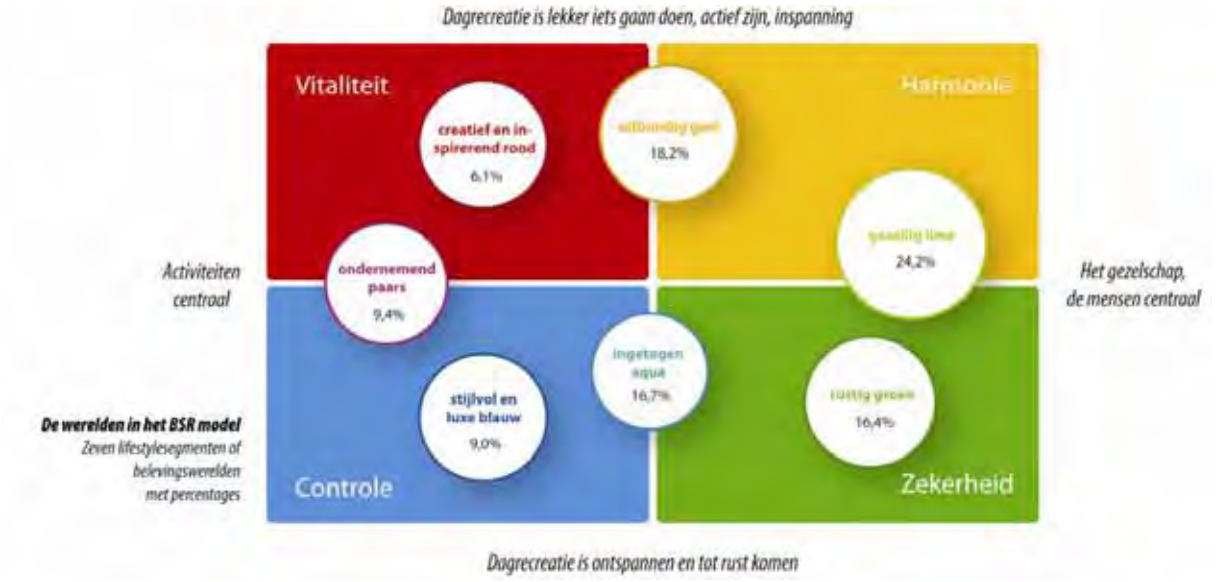
Bedreigingen:

- Eventueel aanhoudende laagconjunctuur (evt. tweede recessie)
- Geslaagde citymarketing omliggende steden en gemeenten (concurrentie)
- Afname bevolkingsgroei omliggende gemeenten (minder dagbezoek recreanten)
- Toenemende verkeersdrukte A28 (mindere bereikbaarheid)

Bijlage 5. Doelgroepanalyse

In deze bijlage is de doelgroepanalyse die in het kader van de Recreantenatlas is gemaakt opgenomen. Onderstaande tekst is daaraan ontleend.
De Recreantenatlas geeft op basis van psychologische en sociologische kenmerken een uitgebreid profiel van dag- en verblijfsrecreanten. Hierbij wordt op basis van twee spectra (staat tijdens vakantie/dagje uit de activiteit of het gezelschap centraal en wordt tijdens vakantie/dagje uit actie dan wel rust gezocht) verschillende belevingswerelden onderscheiden (de vier kwadranten). In deze belevingswerelden is vervolgens gezocht naar clusters van recreanten en toeristen. Voor dagrecreatie zijn zeven segmenten (kleuren) onderscheiden en voor verblijfsrecreatie vijf (de segmenten rood, paars en blauw zijn samengevoegd tot één paars segment).

De zeven segmenten in dagrecreatie (percentages gelden voor Nederland)



De segmenten kunnen als volgt worden omschreven:

Creatief en inspirerend Rood
De groep Creatief en inspirerend Rood wil vrijheid, actief bezig zijn en nieuwe dingen ontdekken. Naast sportiviteit en inspanning zoekt men naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

Ondernemend Paars
De Paarse belevingswereld gaat voor vrijheid, cultuur, activiteit, sportiviteit en goede faciliteiten. Ze willen kennis opdoen, zich laten verrassen en inspireren, nieuwe dingen zien en meemaken.

Stijlvol en luxe Blauw
Stijlvol en luxe Blauw staat voor ontspanning door heel actief bezig te zijn en af en toe te ontspannen door zich te laten verwennen met een luxe dagje uit. Zoekt meer exclusieve vormen van dagrecreatie en is gericht op 'ons soort mensen'.

Ingetogen Aqua
Mensen uit de groep Ingetogen Aqua zijn rustige en geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspiratie en waarderen sportieve en culturele recreatiemogelijkheden. Ze hebben interesse in cultuur, natuur en musea.

Rustig Groen
Rustige recreanten zonder grote wensen, houden van privacy en vermijden de drukte. Groene recreatie is even opladen en rust nemen in de eigen vertrouwde omgeving, even niets moeten.

Gezellig Lime
Mensen uit de belevingswereld Gezellig Lime willen even weg uit de dagelijkse beslommeringen en gezellig iets met het gezin doen. Geen sociale verplichtingen en doen waar men zin in heeft, stellen niet al hoge eisen aan het product.

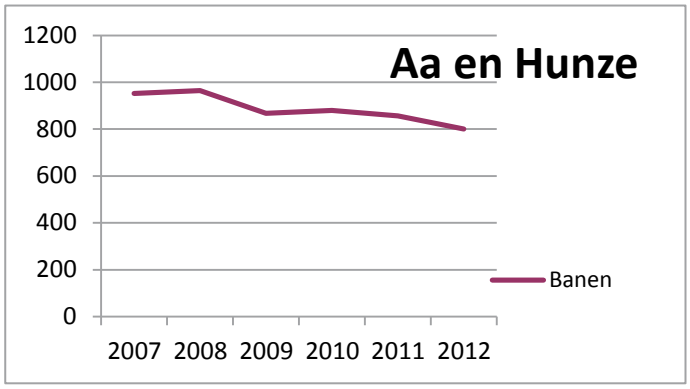
Uitbundig Geel
Uitbundig gele mensen willen genieten van het leven, doen waar ze zin in hebben en actief en sportief bezig zijn. Zoeken de gezellige drukte op, een beetje afwisseling en avontuur past daarbij.

In de onderstaande tabel zijn de uitkomsten van de kleurensegmentatie terug te vinden voor Nederland, de provincie Drenthe, de regio Zuidwest Drenthe en Meppel. Ook voor Meppel geldt dat de meeste inwoners in de categorie Gezellig Lime en Rustig Groen vallen. Opvallend is dat Meppel een oververtegenwoordiging kent van de Creatief en Inspirerend Rode Leefstijl ten opzichte van de landelijke, provinciale en regionale uitkomsten. Rode activiteiten staan vooral voor uitgaan, bezoek aan evenementen, bezoek musea, watersport, recreatie, cursussen en hobby's. Men hecht waarde aan het meemaken en zien van nieuwe dingen, tijd besteden aan hobby's en interessante plaatsen bezoeken. De buurgemeente Westerveld kent ook een behoorlijke groep uit de Rode leefstijl.

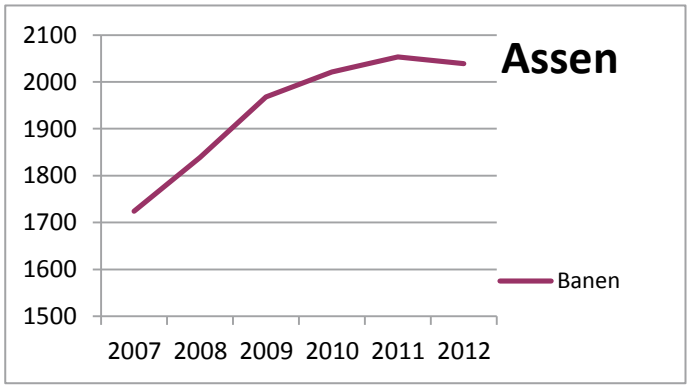
Segment	Provincie Drenthe	Zuidwest Drenthe	Meppel	Nederland
Uitbundig geel	19%	19%	**16%**	18%
Gezellig Lime	27%	30%	**25%**	24%
Rustig Groen	17%	18%	**21%**	16%
Ingetogen Aqua	16%	13%	10%	17%
Ondernemend Paars	5%	7%	6%	9%
Luxe en stijlvol Blauw	10%	8%	8%	9%
Inspirerend Rood	6%	6%	**13%**	6%

Bijlage 6. De banengroei in alle Drentse gemeenten 2007-2012 in de T&R-sector

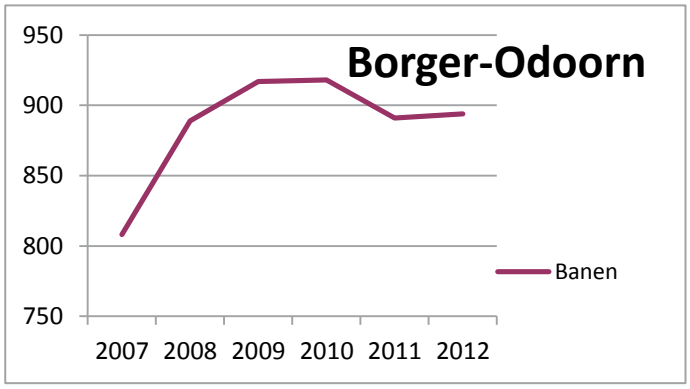
Gemeente	Jaar	Banen	banengroei in 6 jr
Aa en Hunze	2007	952	
	2008	964	
	2009	868	
	2010	880	
	2011	857	-15,86%
	2012	801	



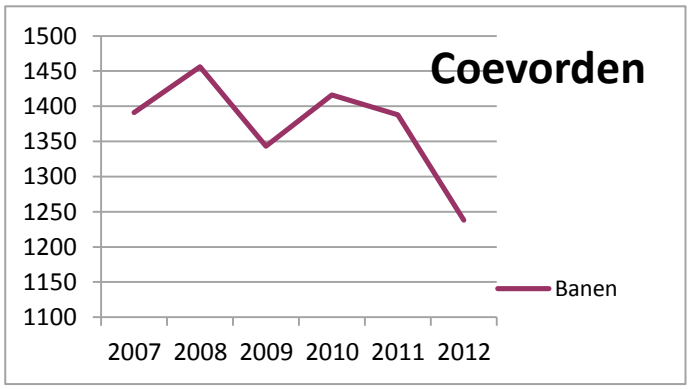
		Banen	
Assen	2007	1724	
	2008	1839	
	2009	1968	
	2010	2021	
	2011	2053	18,27%
	2012	2039	



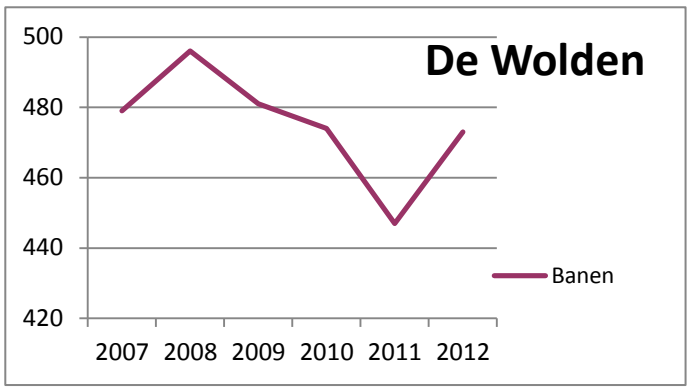
		Banen	
Borger-Odoorn	2007	808	
	2008	889	
	2009	917	
	2010	918	
	2011	891	10,64%
	2012	894	



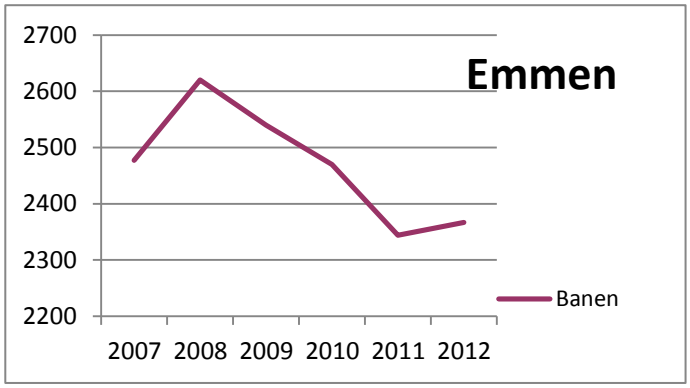
		Banen	
Coevorden	2007	1391	
	2008	1456	
	2009	1343	
	2010	1416	
	2011	1388	-11,00%
	2012	1238	



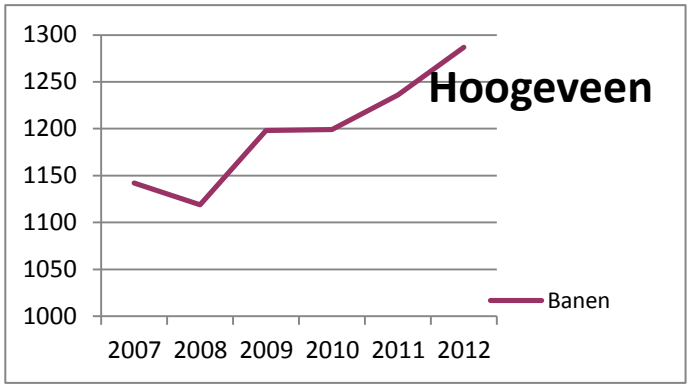
		Banen	
De Wolden	2007	479	
	2008	496	
	2009	481	
	2010	474	
	2011	447	-1,25%
	2012	473	



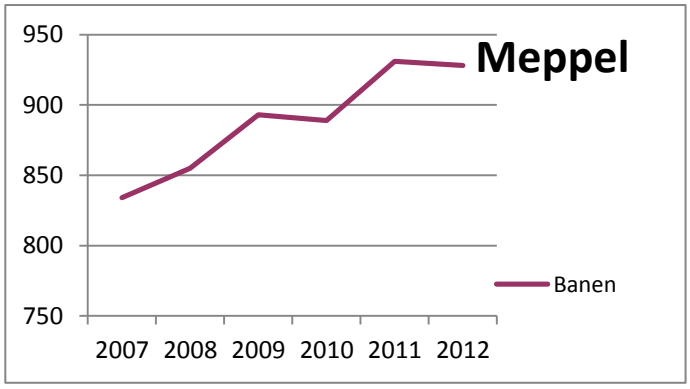
		Banen	
Emmen	2007	2477	
	2008	2620	
	2009	2540	
	2010	2470	
	2011	2344	-4,44%
	2012	2367	



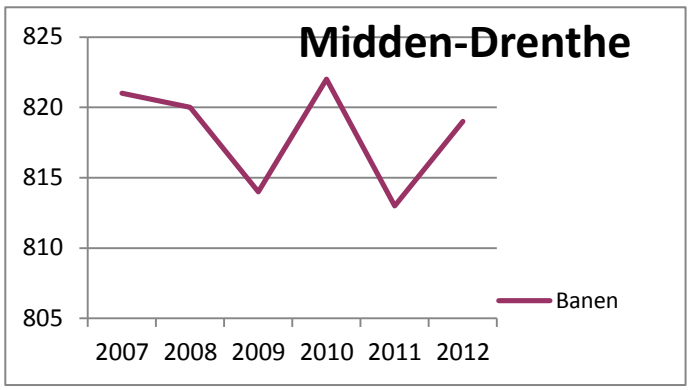
		Banen	
Hoogeveen	2007	1142	
	2008	1119	
	2009	1198	
	2010	1199	
	2011	1236	12,70%
	2012	1287	



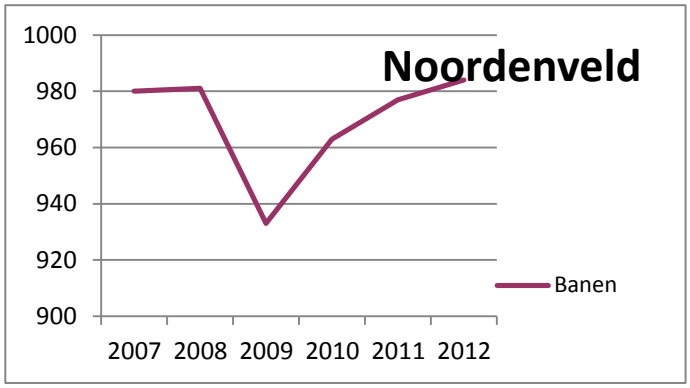
		Banen	
Meppel	2007	834	
	2008	855	
	2009	893	
	2010	889	
	2011	931	11,27%
	2012	928	



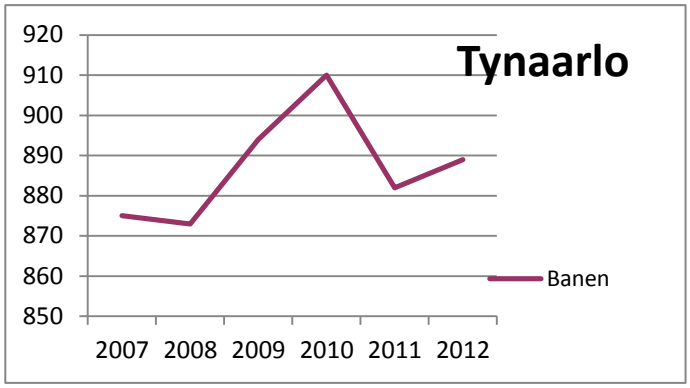
		Banen	
Midden-Drenthe	2007	821	
	2008	820	
	2009	814	
	2010	822	
	2011	813	-0,24%
	2012	819	



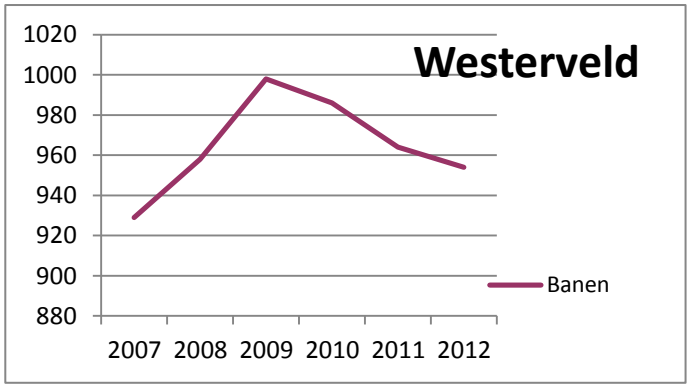
		Banen	
Noordenveld	2007	980	
	2008	981	
	2009	933	
	2010	963	
	2011	977	0,41%
	2012	984	



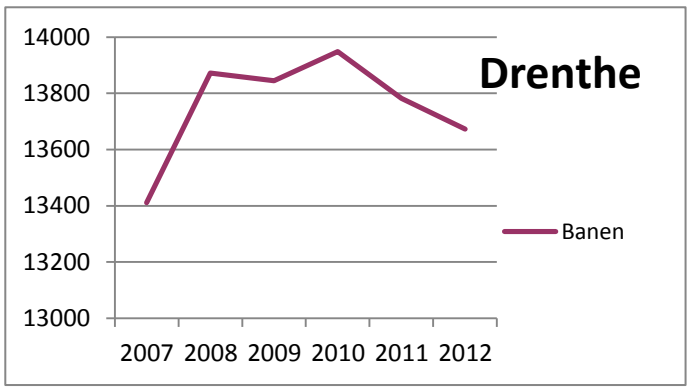
		Banen	
Tynaarlo	2007	875	
	2008	873	
	2009	894	
	2010	910	
	2011	882	1,60%
	2012	889	



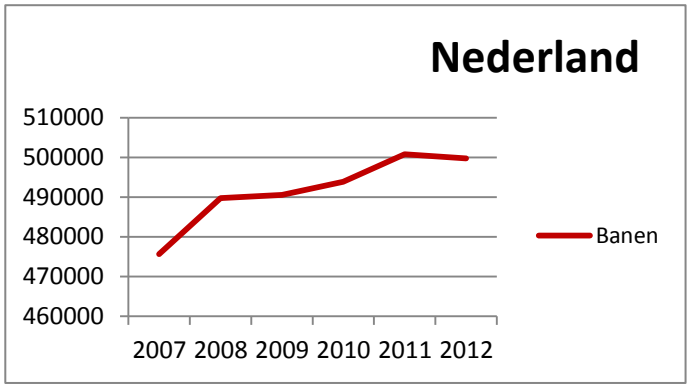
		Banen	
Westerveld	2007	929	
	2008	958	
	2009	998	
	2010	986	
	2011	964	2,69%
	2012	954	



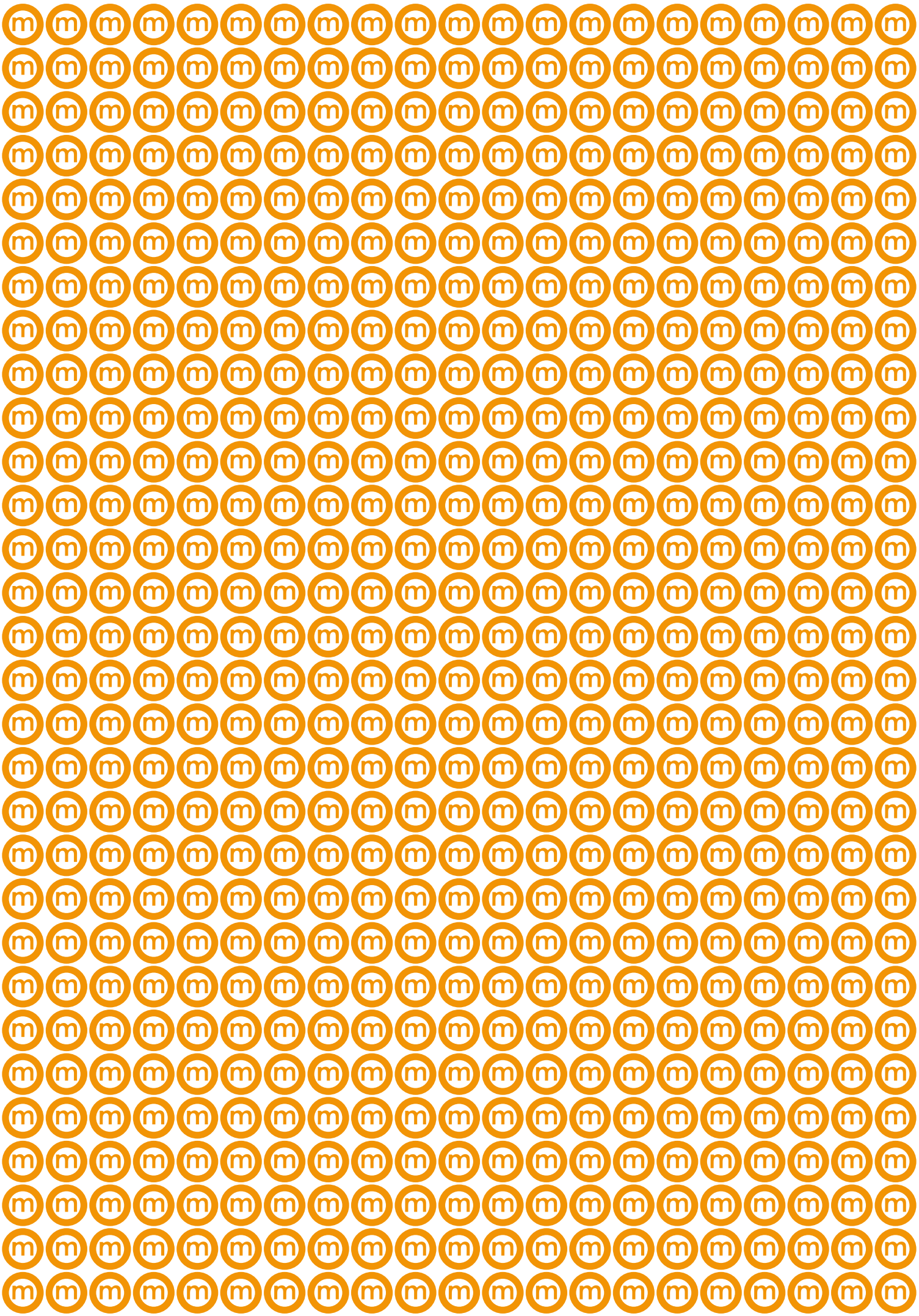
		Banen	
Drenthe	2007	13411	
	2008	13872	
	2009	13845	
	2010	13948	
	2011	13782	1%
	2012	13673	



		Banen	
Nederland	2007	475631	
	2008	489748	
	2009	490555	
	2010	493874	
	2011	500767	
	2012	499725	1%



Het aantal banen heeft betrekking op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten.
Bron: Lisa, 2012



m m m m m m m m m m m m m m m m m m m m
m m m m m m m m m m m m m m m m m m m m
m m m m m m m m m m m m m m m m m m m m