Nota Vrijetijdsbeleid

Valkenswaard

2015 - 2020

Samenvatting

Valkenswaard heeft de potentie in zich om een aantrekkelijke vrijetijdsbestemming te worden, die een grote bijdrage zal leveren aan de toekomst van Valkenswaard. Als economische drager en als drager van ons woonklimaat. We hebben echter nog een lange weg te gaan om de in de Toekomstvisie ten doel gestelde 1 miljoen bezoekers in 2030 te kunnen realiseren. Dit vrijetijdsbeleid is een ontwikkelkader waarin de ambitie en ontwikkelrichting van de gemeente staat beschreven.

Het beleid op basis van de toeristisch-recreatieve nota 2007 was gericht op het geven van een eerste impuls aan het toeristisch potentieel van Valkenswaard. Sinds 2007 heeft de wereld in en rondom Valkenswaard alles behalve stilgestaan. Geconcludeerd kan worden dat de geformuleerde doelstellingen in deze nota, die een bedoelde looptijd van 2007 tot 2010 had, allen zijn gerealiseerd. Het beleid heeft niet alleen bijgedragen aan concrete resultaten (middels de inzet van instrumenten). Ook heeft het beleid gezorgd voor een grotere bewustwording van het belang van deze sector in de gemeentelijke organisatie.

Het belang van Leisure is in 2011 ook tot uiting gekomen in de Toekomstvisie van Valkenswaard, waarin Leisure en Pleasure één van de drie pijlers is. Ook in de jaren na 2011 is verder gewerkt aan trajecten ter verbetering van de toeristische profilering: met een uitbreiding van cluster Economische Zaken (en Vrije Tijd), nieuw horecabeleid en evenementenbeleid, een visie Zuidzone (eurocircuit-Leisure zone), bestemmingsplannen met meer ontwikkelmogelijkheden, het Masterplan Centrum, Transnationaal landschap De Groote Heide, verbetering van de bereikbaarheid met de Westparallel om maar enkele voorbeelden te noemen.

Deze nota vervangt slechts de recreatieve nota 2007-2010 en is er niet op gericht recente op vrijetijdsbeleid georiënteerde nota's (evenementenbeleid, horecabeleid, cultuurbeleid etc.) te vervangen. De nota is bedoeld als zogenaamde (overkoepelende) "paraplu"-nota, een toetsings- en ontwikkelingskader voor vrijetijd in onze gemeente, waarin de ambitie en ontwikkelrichting van de gemeente staan beschreven. Niet als blauwdruk, maar als richtinggevend en tegelijkertijd uitnodigend perspectief. De nota biedt handvatten aan initiatiefnemers die aan de slag willen in Valkenswaard. Maar ook aan de gemeente om deze initiatiefnemers zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn.

In de nota wordt de vrijetijdseconomie (en de gewenste ontwikkeling) op drie terreinen onder de loep genomen:
1. Kwaliteit en kwantiteit van vrijetijdsvoorzieningen
2. Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming
3. Samenwerking

We streven naar groei van werkgelegenheid / economische betekenis van de vrijetijdssector, door:
- Meer bezoekers (2030: meer dan 1 miljoen)
- Verlenging van de verblijfsduur
- Verhoging van de bestedingen
- Betere seizoen spreiding
- Toename van het recreatieve aanbod

- Betere profilering van Valkenswaard als toeristische gemeente

De nota vrijetijdsbeleid 2015-2030 zet de koers uit voor de aankomende jaren. Het streven is om in Valkenswaard over een volledig vrijetijdsaanbod te beschikken. Hierbij dient er speciale aandacht te zijn voor de doelgroep jongeren en gezinnen met kinderen, gerichtheid op het hogere segment (in accommodaties, horeca en toevoeging wellness), met diversiteit, beeldbepalend aanbod, grootschalige voorzieningen en leisurehotspots. Deze ontwikkelingen moeten resulteren in een versterking van de economische betekenis van de sector, meer bedrijvigheid en meer werkgelegenheid.

Om dit doel te bereiken is tevens een goede profilering en positionering van Valkenswaard van belang. Hiervoor hebben we meer inzicht nodig in de bezoeker. De potentiële recreant / toerist kijkt verder dan de bestemming Valkenswaard. Meedoen in regionale- en provinciale promotie is noodzakelijk om meer bezoekersgroepen naar Valkenswaard te trekken. Het voorzetten en versterken van het project Transnationaal Landschap De Groote Heide en het daadwerkelijk tot ontwikkeling brengen van de zogenaamde Zuidzone (Eurocircuit en Leisure & Pleasurezone) is van groot belang voor het versterken van het aanbod en daarmee toeristisch profiel. Daarnaast zal aansluiting gezocht moeten worden bij de thematiek van VisitBrabant, om ook de internationale bezoeker te verleiden.

Tot slot is om dit te bereiken een versterkte samenwerking tussen de toeristische sector (binnen en buiten de gemeentegrenzen) van belang.
Om richting te geven aan onze ambities voor Valkenswaard als vrijetijds-bestemming, zal invulling gegeven worden aan een viertal beleidslijnen:

1. Voortzetten huidige inzet; afmaken waar we reeds aan begonnen zijn
2. Witte vlekken in het aanbod en quick wins
3. Denk over de grenzen heen: Regiobenadering
4. Ontwikkeling Leisure zone en pro actieve inzet op beeldbepalend (grootschalig) aanbod

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting 3
1 Valkenswaard gaat voor leisure & pleasure! 7
1.1 Inleiding 7
1.2 Leeswijzer 8
2 Beleidskaders en ontwikkelingen 9
2.1 Rijks- en provinciaal beleid 9
2.2 Trends en ontwikkelingen 10
2.3 Cijfermatige analyse Valkenswaard 11
2.4 SWOT- Analyse 12
3 Beleid 13
3.1 Resultaten door toeristisch-recreatieve nota 2007 13
3.2 Beleidskaders 17
4 Een vrijetijdsbeleid voor Valkenswaard 18
4.1 Aanleiding 18
4.2 Kwaliteit en kwantiteit van vrijetijdsvoorzieningen 18
4.3 Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming 20
4.4 Samenwerking 21
4.5 Motieven voor een vrijetijdsbeleid 21
5 Koers 2015 t/m 2020 23
5.1 Wat willen wij bereiken? 23
5.2 Hoe staan we ervoor? 23
5.2.1 Kwantiteit en kwaliteit vrijetijdsvoorzieningen Valkenswaard. 23
5.2.2 Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming .. 25
5.2.3 Samenwerking 26
6 Wat gaan we er voor doen? 27
6.1 Strategische beleidslijnen 27
7 Aan de slag! 30
8 Verklarende lijst begrippen en afkortingen 31
9 Geraadpleegde bronnen-stakeholders 34
Bijlagen 35
Bijlage I: Economisch belang Vrije tijd 36
Bijlage II :Trends & ontwikkelingen 39
Bijlage III: Aanbodanalyse 44
Bijlage IV: Verslag sessie Jongerenraad 48
Bijlage V: Verslag creatieve sessie met ondernemers in Valkenswaard 51

1 Valkenswaard gaat voor leisure & pleasure!

1.1 Inleiding

De vrijetijdseconomie is voor de gemeente Valkenswaard een belangrijk economisch speerpunt. Zo is in de Toekomstvisie 'Kwaliteit en Ambitie' opgenomen dat een volledig en aantrekkelijk vrijetijdsaanbod cruciaal is voor de economische ontwikkeling van Valkenswaard. De vrijetijdssector wordt ook op het gebied van werkgelegenheid een belangrijker factor.

Vrijetijdsvoorzieningen zijn noodzakelijk om een aantrekkelijk leef– en woonklimaat te behouden en versterken. Hierbij gaat de aandacht uit naar het aantrekken van jongeren en jonge gezinnen. Naast een fijn huis dat aansluit op de wensen bepalen met name ook omgevingsfactoren om ergens wel of niet te gaan wonen. Een belangrijke vestigingsfactor is de aanwezigheid van voldoende en aantrekkelijke vrijetijdsvoorzieningen. In een stad of dorp waar niets te beleven is wil niemand wonen. Dat bepaalt ook de aantrekkelijkheid voor bedrijven om zich te vestigen en toeristen om te verblijven.

Valkenswaard kijkt dus verder dan de behoeften van de (potentiële) bewoner; ook de bezoeker staat centraal. Toeristen en recreanten die Valkenswaard bezoeken, die met hun uitgaven de lokale middenstand ondersteunen en levendigheid in het dorp brengen, zijn belangrijk voor de toekomst van Valkenswaard.

Vrijetijdseconomie is een breed begrip. De vrijetijdseconomie beslaat diverse beleidsdomeinen (toerisme en recreatie, horeca, evenementen, cultuur, sport, natuurbeheer, maar ook detailhandel) en heeft raakvlakken met een groot aantal beleidsterreinen; denk aan ruimtelijke ordening, economie, maatschappelijk vastgoed, landschap en natuur etc. Het is dus van belang om helder te hebben wat de relatie tussen deze nota en de voornoemde beleidsterreinen is en op welke wijze deze nota sturing geeft aan de beleidsterreinen.

Deze kaderstellende nota fungeert als ontwikkelingskader voor de pijler 'Leisure & Pleasure', zoals die benoemd is in de toekomstvisie van Valkenswaard 2030. Deze nota moet niet worden beschouwd als blauwdruk, maar als richtinggevend en als uitnodiging voor de sector.

Dit kader geeft aan:

- Welk ambitieniveau de gemeente heeft voor de vrijetijdseconomie;
- Wat de gemeente concreet wil bereiken met de vrijetijdseconomie;
- Wat de gemeente hiervoor wil doen en op welke manier de gemeente de gestelde doelen wil bereiken.

Deze nota is opgesteld met input vanuit de sector, de diverse beleidsterreinen en de Jongerenraad van Valkenswaard.

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt verkend welk nationaal en provinciaal beleid van invloed op Valkenswaard is en wat de trends en ontwikkelingen zijn. Verder wordt de situatie in Valkenswaard beschouwd met een SWOT-analyse.
In hoofdstuk 3 worden de resultaten uit de recreatieve nota 2007-2011 en de ontwikkelingen in de afgelopen jaren op recreatie en toerisme aangrijpende beleidsterreinen beschouwd. Verder wordt belicht hoe deze nota zich verhoudt tot het vigerend toeristisch – recreatief beleid en andere beleidsstukken binnen het vrijetijdsdomein.
In hoofdstuk 4 wordt vervolgens het begrip vrijetijdseconomie belicht. Waar gaat deze nota precies over? Waarom is het nodig dat deze nota er komt, wat is het belang van deze sector? Hoofdstuk 4 geeft antwoord op deze vragen.
Hoofdstuk 5 gaat nader in op de ambitie en dat wat Valkenswaard wil bereiken op het gebied van vrijetijdseconomie. Ten grondslag hieraan ligt onder andere een analyse van het huidige aanbod.
In hoofdstuk 6 wordt tot slot inzichtelijk gemaakt wat er nodig is om de gestelde doelen te bereiken en hiermee invulling te geven aan de ambitie.

2 Beleidskaders en ontwikkelingen

2.1 Rijks- en provinciaal beleid

Rijksbeleid
Het Ministerie van Economische Zaken coördineert het beleid van de rijksoverheid voor recreatie en toerisme. Er zijn drie hoofdlijnen:
• het aantrekken van meer internationale bezoekers en bestedingen, waarvoor vooral ingezet wordt op marketing via het NBTC;
• het verbeteren van het ondernemingsklimaat, waarvoor ingezet wordt op het verminderen van regeldruk;
• verduurzaming van de sector, waarvoor een Green Deal is afgesloten met RECRON en STIRR.
Het ministerie staat een topsectorenaanpak voor bij de ontwikkeling van de Nederlandse gastvrijheids-economie. De visie 'Gastvrijheid van wereldklasse' waarvoor in juli 2013 de voorbereidingen zijn gestart, moet bouwstenen en concrete initiatieven benoemen om de concurrentiekracht te versterken. In dit kader worden cross-overs verkend tussen de gastvrijheidssector en andere sectoren.

De rijksoverheid bezuinigt en decentraliseert. Dit raakt onder andere het natuur- en cultuurbeleid, waar duidelijke raakvlakken liggen met recreatie en toerisme. De provincies krijgen meer zeggenschap over het natuurbeleid en in het cultuurbeleid is meer aandacht voor ondernemerschap en publiek.

Provinciaal beleid
De provincie kent al enige jaren geen toeristisch of vrijetijdsbeleid meer. Ze pakt deze onderwerpen op binnen de kaders van het provinciale bestuursakkoord. Deze kende de afgelopen bestuursperiode zes programmalijnen: mooi, schoon, dynamisch, bereikbaar, perspectiefrijk en verbindend Brabant. Vertaald verwoorden deze het streefbeeld van een provincie waar mensen graag wonen, werken en recreëren.
De positie van 'de regio zuidoost' als Brainport wordt nadrukkelijk (h)erkend. Investeren in de leefomgeving ten behoeve van het bedrijfsklimaat, maar ook ten behoeve van het sociale welzijn van de eigen inwoners zijn in dat kader van strategisch belang.
Het Vrijetijdshuis (voormalig 'Brabants Bureau voor Toerisme' en 'Uit in Brabant') dat zich richtte op het vermarkten van het bestaande recreatieve aanbod is in de zomer van 2014 omgedoopt tot VisitBrabant.

De provincie steekt de komende drie jaar zes miljoen in de Brabantse vrijetijdseconomie, om daarmee de ambitie te verwezenlijken om de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te worden. Uitgangspunten van het beleidskader vrijetijdseconomie zijn hogere bestedingen en een groter herkomstgebied van toeristen en recreanten. Internationale trekkers spelen hierin een grote rol. Een deel van dit geld wordt ingezet voor de nieuwe organisatie VisitBrabant|Connect Brabant, de opvolger van Vrijetijdshuis Brabant. VisitBrabant| Connect Brabant is de organisatie die Noord-Brabant uit moet laten groeien tot de meest innovatieve en gastvrije regio van Europa. Door een vernieuwd en verbeterd aanbod te ontwikkelen en daarmee meer bezoekers aan te trekken die langer blijven, versterkt de organisatie de structuur van de Brabantse vrijetijdseconomie. Dit zorgt voor meer bestedingen en banen. De vrijetijdseconomie fungeert zo als vliegwiel en gaat de

verbinding aan met andere beleidsvelden, zoals cultuur, sport, natuur en erfgoedcomplexen. De organisatie VisitBrabant|ConnectBrabant bestaat uit twee pijlers. VisitBrabant richt zich op de consument en laat bezoekers zien wat Brabant te bieden heeft. ConnectBrabant brengt partijen samen om gezamenlijk innovatieve product/marktcombinaties te ontwikkelen. Het platform VisitBrabant.com brengt vraag en aanbod samen en gaat het Brabantse vrijetijdsaanbod op een duidelijke en publieksvriendelijke manier presenteren.

Het bedrag dat de provincie nu investeert in de organisatie is een startimpuls. Het verdienmodel van VisitBrabant moet ervoor zorgen dat de organisatie over vijf jaar een groot aantal activiteiten zonder subsidie kan uitvoeren. Een organisatie voor en door ondernemers, onderwijsinstellingen en maatschappelijke partners. Op dit moment is de Brabantse vrijetijdseconomie versnipperd. Brabant heeft ontzettend veel moois te bieden, maar het aanbod is moeilijk te vinden. Met VisitBrabant|ConnectBrabant wordt de komende jaren samen met partners, zoals het NBTC, structureel gewerkt aan een stevig aanbod dat toeristen van verder weg verleidt om Brabant te bezoeken met een arrangement op maat. De Brabantse vrijetijdssector is erg belangrijk voor de werkgelegenheid. De provincie heeft de ambitie de sector te laten groeien van 100.000 naar 130.000 banen en van 5,3 miljard naar 6 miljard euro bestedingen in 2020. Hoewel de vrijetijdssector wereldwijd een sterke groeisector is, staat de Brabantse vrijetijdseconomie de laatste jaren onder druk. Hier moet de beweging VisitBrabant|ConnectBrabant verandering in brengen.

De Verordening Ruimte 2014 brengt planologisch in beeld voor de provincie Brabant welke ruimtelijke ontwikkelingen qua vrijetijdsvoorzieningen wel en niet mogelijk zijn. Met name in het buitengebied, zijnde niet stedelijk gebied, zijn er nogal wat beperkingen.

2.2 Trends en ontwikkelingen

Allerlei maatschappelijke en consumententrends zijn van invloed op de vrije tijdssector. In bijlage 2 staan demografische, economische en technologische ontwikkelingen beschreven en zijn een aantal (consumenten)trends in beeld gebracht. De trends en ontwikkelingen in de vrijetijdssector volgen elkaar in rap tempo op. Onder meer uit het NRIT [1]Trendrapport 2014 worden de volgende trends en ontwikkelingen opgetekend:

- Vervaging van grenzen, er ontstaan grote vrijetijdscomplexen met verblijfaccommodatie of resorts;
- Beleving en belevingseconomie wordt steeds belangrijker, mensen willen iets unieks beleven. Het gevolg is thematisering en “imagineering”;
- Op bedrijfsniveau zijn schaalvergroting, professionalisering en ketenvorming waarneembaar.
- Merken worden steeds belangrijker;
- Het internet is de start van vrijetijd;
- All-inclusieve of exclusief zorgen voor andere prijsstellingen;
- Vrijetijd is een 24-uurs economie;
- Globalisering en lokalisering (de wereld is een dorp en het dorp bevat de wereld);
- Aandacht voor duurzaamheid en het milieu;
- Authenticiteit scoort;
- Groei van plattelandstoerisme;
- Wi-Fi, smartphone en tablet worden steeds vaker onderdeel van vrijetijdsbeleving.

[1] NRIT: Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme

Trends op middellanger termijn
Het NRIT [2] beschrijft in haar Trendrapport 2014 de volgende lange termijntrends.

- Mega resort bestemming zullen doorgroeien;
- Leisure hotspots: regio's die inzetten op leisure;
- Ruimtereizen komen binnen bereik;
- Leisure-industrie wordt belangrijke economische motor;
- Gater communitys (voormalige) bungalowparken worden leefgemeenschappen voor ouderen;
- Entreetickets kopen voor "de natuur".

2.3 Cijfermatige analyse Valkenswaard

Een cijfermatige analyse (zie ook bijlagen) van de vrijetijdssector in Valkenswaard leidt tot de volgende conclusies:

- Er is een ruim aanbod van dagrecreatie. Uit economische cijfers blijkt dat in horeca en uitgaan de meeste bestedingen plaats vinden. Daarnaast vinden er ook veel bestedingen plaats in het recreatief winkelen.
- De bestedingen in de horeca en uitgaan bedroegen in Valkenswaard in 2010 €17,1 miljoen. Dit is hoger dan het regionaal gemiddelde van € 15,1 miljoen.
- Het aanbod verblijfsrecreatie is laag in de gemeente Valkenswaard. De bestedingen in de verblijfrecreatie zijn ten opzichte van het totaal aan bestedingen in de vrijetijdssector in de gemeente laag (8%). Dit is in vergelijking met de omgeving ook terug te zien. De gemiddelde bestedingen per gemeente in de regio Zuidoost-Brabant lag in 2010 op €12,6 miljoen. Dit was in de gemeente Valkenswaard slechts €3,3 miljoen.
- Het aantal overnachtingen in Valkenswaard is ook relatief laag. De verblijf toeristische overnachtingen in Zuidoost-Brabant zijn sterk geconcentreerd in een viertal gemeenten, te weten: Bergeijk, Bladel, Eindhoven en Eersel. Hiermee zijn deze vier gemeenten samen goed voor twee derde van de verblijf toeristische overnachtingen in de regio.
- In Valkenswaard is 90% van de inkomsten afkomstig uit dagrecreatie tegenover 10% verblijfsrecreatie.

[2] NRIT: Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme

2.4 SWOT- Analyse

De navolgende SWOT [3]analyse schets de uitgangspositie voor Valkenswaard voor zover deze relevant is voor het toekomstperspectief van de vrijetijdssector. Deze is gebaseerd op eigen bevindingen en de uitkomsten van de sessies met ondernemers en de jongerenraad.

Sterkte	**Zwakte**
- Weekmarkt met grensoverschrijdende aantrekkingskracht - Sociale cohesie en goede evenementen met regionale, nationale en internationale uitstraling - VVV op de Markt - Eurocircuit - Outdoor activiteiten - Natuur	- Kwaliteit centrum - Bereikbaarheid - Weinig hoogwaardige verblijfs-accommodaties aanwezig (sterrenhotels, wellness) - Weinig indooractiviteiten voor kinderen/ jeugd (jonge gezinnen) - Weinig beeldbepalend aanbod - Weinig diversiteit in horeca aanbod
Kans	**Bedreiging**
- Transnationaal Landschap De Groote Heide - VisitBrabant|ConnectBrabant - Masterplan Centrum - Leisure & Pleasure Zone - Pijler in de Toekomstvisie - Horecavisie - Evenementenbeleid - Accountmanager	- Ontgroening en vergrijzing - 'Concurrentie' andere gemeenten (bv. Bergeijk) - Online winkelen / Behoud regiofunctie (winkels) - Weinig inzicht in de bezoeker - Geen onderscheidend / concurrerend profiel - Flinke daling in horeca aanbod - Horeca heeft positie verloren betreffende uitgaansgebied

Op basis van het overzicht van vrijetijdsvoorzieningen en uit brainstormsessies met ondernemers en de jongerenraad, kunnen we de volgende conclusies trekken:

1. Weinig indoor activiteiten voor kinderen / jeugd (jonge gezinnen)
2. Weinig beeldbepalend aanbod (waarvoor men speciaal naar Valkenswaard komt)
3. Sterk in recreatieve mogelijkheden (outdoor)
4. Veel sportvoorzieningen zijn voornamelijk op leden (bewoners) gericht
5. Flinke daling in horeca aanbod
6. Weinig diversiteit in horeca aanbod
7. Voornamelijk kleinschalig aanbod
8. Geen hoger segment verblijfsaccommodaties
9. Weinig overnachtingen t.o.v. de regio
10. Horeca heeft positie verloren betreffende uitgaansgebied

[3] SWOT = Strengths, Weakness, Opportunities, Threats, ofwel Kansen, Bedreigingen, Sterkten, Zwakten.

3 Beleid

3.1 Resultaten door toeristisch-recreatieve nota 2007

Het beleid op basis van de toeristisch-recreatieve nota 2007 was gericht op het geven van een eerste impuls aan het toeristisch potentieel van Valkenswaard. In deze nota zijn de volgende doelstellingen geformuleerd.
Hoofddoel was om met dit toeristisch-recreatieve beleid een eerste impuls te geven aan het benutten van potenties die Valkenswaard heeft op het gebied van toerisme & recreatie.
De 5 subdoelstellingen waren:

1. Verder uitbouwen van de kwaliteit en veelzijdigheid van het verblijf- en dagrecreatieve aanbod en ondersteunende voorzieningen.
2. Verbeteren van mogelijkheden voor toerisme en recreatie in het buitengebied.
3. Beter reguleren van de recreatiedruk.
4. Verbeteren van de toeristisch-recreatieve uitstraling van Valkenswaard en het centrum in bijzonder.
5. Verhelderen van de vraag naar toerisme en recreatie.

Geconcludeerd kan worden dat de geformuleerde doelstellingen in deze nota, die een bedoelde looptijd van 2007 tot 2010 hadden, allen zijn gerealiseerd. Het beleid heeft niet alleen bijgedragen aan concrete resultaten (middels de inzet van instrumenten). Ook heeft het beleid gezorgd voor een grotere bewustwording van het belang van deze sector in de gemeentelijke organisatie. Het belang van Leisure is in 2011 ook tot uiting gekomen in de Toekomstvisie van Valkenswaard, waarin het één van de drie pijlers is.

Ook na de looptijd van toeristische nota van 2007 is er de afgelopen jaren nadrukkelijk tal van beleidslijnen ingezet op basis van diverse vastgestelde beleidsdocumenten en/of uitvoeringsprogramma's gericht op het doel om de toeristische aantrekkingskracht van Valkenswaard te vergroten. Hierna volgt een overzicht met een korte toelichting. Om dit beeld mee te nemen in de beschouwing van de in deze nota voorgestelde koers voor het vrijetijdsbeleid van de aankomende jaren:

Toeristisch beleid

1. *Evenementenbeleid*: in 2012 is het Beleidskader evenementen 2013-2017 vastgesteld met als doelstelling de kwaliteit en aantrekkingskracht van evenementen te blijven vergroten. Een nadrukkelijk doel is om tot meer integrale evenementen te komen (samen met winkeliers en horeca) en de samenhang met cultuur (de Hofnar) te integreren. Dit beleid wordt doorgezet met een evenementencoördinator in de eigen organisatie.
2. *Toeristische profilering:* ontwikkeling campagne Veelzijdig Valkenswaard. Veelzijdig Valkenswaard is ontwikkeld als dé communicatieve huisstijl voor de toeristische branche van Valkenswaard. De bedoeling is dat alle ondernemers uit deze huisstijl in hun communicatie te gebruiken om zo samen Valkenswaard op de kaart te zetten. In deze campagne zijn ook gidsen gemaakt over wat Valkenswaard te bieden heeft. Vanwege een beperkt blijkend draagvlak en ontstane twijfel over het feit dat te breed geprofileerd wordt, wordt deze profilering op korte termijn geëvalueerd.
3. *Verzelfstandiging VVV:* Na de ontmanteling van de regionale VVV is de VVV Valkenswaard verzelfstandigd, is de samenwerking met de ANWB gestopt en is ze verhuisd naar een zichtlocatie aan de Markt. De nieuwe VVV heeft als ambitie te professionaliseren, meer samenwerkingsverbanden aan te leggen met ondernemers in de regio en meer streekproducten aan te bieden. De VVV speelt een belangrijke rol in de

verwezenlijking van onze ambities op het gebied van toerisme en recreatie. Voor de verwezenlijking van Transnationaal Landschap De Groote Heide wordt er samengewerkt met de gemeenten die daar deel van uitmaken.

Economisch beleid

4. *Versterking cluster EZ:* het cluster is, om gevolg te geven aan het speerpunt recreatie (en EZ) in de toekomstvisie, uitgebreiddoor het aanstellen van een accountmanager EZ die ook recreatieve ondernemers moet aantrekken, een project assistent voor cluster EZ en een ingehuurde evenementencoördinator voor 2013 en 2014 met de beschikking over tijdelijk meer evenementensubsidie. Inmiddels is de functie van evenementencoördinator voor 0,6 fte belegd bij de project assistent (met een langjarig verleden in het organiseren van evenementen).
5. *Economisch beleidskader*: begin 2012 is het Beleidskader Economische Zaken 2012-2015 vastgesteld, waarin de vrijetijdssector als speerpunt is benoemd. Waar de Toekomstvisie nog grotendeels abstract is, is de uitwerking van het speerpunt vrijetijdseconomie in het beleidskader Economische Zaken meer concreet. Zo wordt voor de vrijetijdssector gesteld dat het een sector is met groeipotentieel. Enkele benoemde beleidslijnen zijn:
   - Ruimte bieden voor ondernemerschap;
   - Profileren van Valkenswaard als aantrekkelijke bestemming;
   - Het door ontwikkelen van de rol van de VVV als spin in het web binnen toeristisch-recreatief Valkenswaard;
   - Het inzichtelijk maken van de witte vlekken op het gebied van voorzieningen;
   - Het aanjagen van toeristische initiatieven.

   In het uitvoeringsprogramma van voornoemd beleidskader, het economisch actieprogramma, zijn de beleidslijnen verder uitgewerkt in concrete activiteiten.
   Horecavisie en actieplan: in de februari 2014 vastgestelde Horecavisie 2014-2017 worden kaders geschetst voor een hernieuwde invulling van een integraal horecabeleid met de volgende ambitie:
   - De diversiteit binnen het aanbod te vergroten;
   - De kwaliteit van de bestaande horeca te verbeteren;
   - De samenwerking binnen en met de sector te verbeteren.

   In het Actieplan 2015 zijn de aanbevelingen uitgewerkt in concrete activiteiten.
6. *KVU(Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan)*: veilig uitgaan is een belangrijk aandachtsgebied voor een aantrekkelijke horeca. Het KVU convenant van 2008 is in 2011 herzien met onder andere de verruiming van de openingstijden, maar ook met het benoemen van een aantal andere nader uit te werken maatregelen om de aantrekkelijkheid van de horeca te borgen. Ook maatregelen als regelmatige geluidsmetingen en enquêtes onder bewoners om de overlastbeleving te meten en te monitoren maken onderdeel uit van het pakket.
7. *Weekmarkt:* de weekmarkt is in 2014 verzelfstandigd zodat deze kan anticiperen op ontwikkelingen om de aantrekkelijkheid te waarborgen.
8. *Centrummanagement:* in september 2014 is het centrummanagement formeel aan de slag gegaan. Het centrummanagement moet er voor zorgen dat de aantrekkelijkheid en levendigheid van het centrum wordt versterkt. Ook moet de verzorgingspositie in de regio en de aantrekkelijkheid worden vergroot, een gezellig centrum met een ruim aanbod is hiervoor een voorwaarde. Het streven is een compact centrum, met een dorps karakter en een kloppend hart.

Ruimtelijk beleid

9. *Actualisatie bestemmingsplannen:* de afgelopen jaren zijn de bestemmingsplannen geactualiseerd, inclusief het bestemmingsplan buitengebied. In die geactualiseerde bestemmingsplannen is meer ruimte gecreëerd voor verblijfsrecreatie. In de tussentijd zijn er enkele B&B's bijgekomen en is de camping uitgebreid. Verder zijn er via bestemmingsplannen mogelijkheden gecreëerd voor toerisme en recreatie in het buitengebied, onder andere bij agrarische bedrijven (paintball Rofra, uitbreiding minicamping, equidome, uitbreiding sportpark)
10. *Profilering paardenhouderijen:* er ligt een concept visiedocument dat de afgelopen tijd is uitgewerkt om de ontwikkelingen aan de Maastrichterweg ruimtelijke sturing te geven. Autonome ontwikkelingen resulteren in een concentratie van paardenhouderijen op wereldtopniveau. Een nadrukkelijker profilering van Valkenswaard op het gebied van paarden wordt gezien als een kans en is dus een actiepunt.
11. *Masterplan Centrum:* De economische crisis in combinatie met een toename van het online winkelen is een bedreiging voor ons winkelcentrum. Funshoppen blijkt landelijk gezien een vrijetijdsactiviteit van formaat te zijn. In het Masterplan Centrum zijn plannen uitgewerkt die de toekomstige aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht van ons winkelcentrum moeten helpen te behouden. Het plan omvat de aanpak van de leegstand, betere circulatie, meer beleving en aantrekkingskracht ten behoeve van het behoud van de regiofunctie. In de meerjarenbegroting zijn de kosten voor de noodzakelijke maatregelen, uit te voeren in de periode 2015-2020 opgenomen. Het Centrum moet fysiek aantrekkelijker en compacter worden. Ook zal er ruimte moeten komen voor nieuwe functies die helpen de aantrekkelijkheid te vergroten.
12. *Kadernota Zuidzone (Eurocircuit-Leisure&Pleasurezone):* ten tijde van het totstandkomen van deze nota is de kadernota Zuidzone in behandeling bij de Raad. Zowel voor het Eurocircuit als in het gebied dat eerder bestemd was voor het Bedrijventerrein Lage Heide worden reële mogelijkheden voor het realiseren van een zogenaamde Leisure & Pleasurezone gezien. Voor het Eurocircuit wordt gedacht aan een opwaardering van de faciliteiten en intensivering van het gebruik. In het aanpalende gebied zou op basis van een uit te werken ontwikkelingsvisie en MER een "recreatief bedrijventerrein" voor tientallen toeristische ondernemers gerealiseerd kunnen worden, de Leisure & Pleasurezone.

Strategisch beleid

13. *Transnationaal Landschap De Groote Heide/Coöperatie Boven Dommel:* In het grensoverschrijdende gebied wordt door de 5 samenwerkende Nederlandse (Valkenswaard, Heeze-Leende, Cranendonck) en Belgische (Hamont-Achel, Neerpelt) gemeenten gewerkt aan het op de kaart zetten van dit gebied. Hierbij worden verbindingen gelegd tussen innovatie, duurzaamheid, cultuurhistorie, natuur en recreatie (beleving) door onder andere Brainport toepassingen in het landschap. Met deelname van coöperatie Boven Dommel zijn onlangs Eindhoven en Veldhoven toegetreden met de intentie om De Groote Heide te positioneren als de recreatieve achtertuin van deze gemeenten. Ontwikkelmogelijkheden lijken nu, met het ondermeer aanboren van substantiële Europese subsidiegelden in een stroomversnelling te kunnen komen.
14. *Toekomstvisie-citybranding:* In de afgelopen raadsperiode is onze Toekomstvisie 2030 opgesteld en uitgewerkt. Deze Toekomstvisie 2030 vormt de kapstok voor de strategie en de beleidskeuzes voor de komende jaren. De Toekomstvisie kent drie pijlers: Leisure & Pleasure, Innovatie en Sociale Cohesie. Deze drie pijlers zijn vertaald naar de vijf thema's in de begroting: werken, vrije tijd, bestuur, wonen en welzijn. Er is hiermee

een koers uitgezet waar Valkenswaard in 2030 wil staan om de Quality of Life te behouden. Er is echter een aanscherping van de toekomstvisie nodig omdat het niet altijd mogelijk blijkt om goed onderbouwd keuzes af te wegen op basis van de drie pijlers. Bijvoorbeeld:

- Branchering winkelcentrum: Op welke doelgroep richten wij ons?
- Keuzes voor evenementen: Welke passen binnen de visie?
- Bezuinigingen op subsidies: Waar kan wel/niet op bezuinigd worden?

De bedoeling is om met het bepalen van het `DNA` van Valkenwaard, dat wat Valkenswaard typeert, naar analogie van Eindhoven 365 tot een aanscherping van onze Toekomstivisie en een basis van citybranding te komen.

Ruim een jaar geleden zijn er diverse sessies gehouden met enkele stakeholders over de promotie van Valkenswaard; het vermarkten van (heel) Valkenswaard op het gebied van wonen, werken en recreëren. Tijdens deze sessies werd duidelijk dat er behoefte is aan een andere vorm van organisatie. Richting en invulling geven aan de toekomstvisie van Valkenswaard vereist een andere aanpak dan de reguliere bestuurlijke weg. In het verlengde van de het traject van aanscherping van de toekomstvisie en het inhoud geven van citybranding zal ook de organisatorische setting waarin dit het beste plaats kan vinden uitgewerkt worden. De nieuwe organisatie zorgt ervoor dat Valkenswaard als geheel vermarkt wordt, tracht naast gemeentelijke middelen andere middelen te vergaren (subsidies / sponsoring), en bewaakt de regie tussen de diversie organisaties in Valkenswaard (iedereen dezelfde kant op).

15. *Bereikbaarheid:* In het project Bereikbaar Valkenswaard is gewerkt aan de voorbereiding van de uitvoering van een programma van bijna 30 projecten, onderdeel van het zogenaamde Gebiedsakkoord. De aanleg van de Westparallel zorgt er voor dat de bereikbaarheid van de vrijetijdsvoorzieningen in Valkenswaard aanmerkelijk verbetert en maakt ook een kwaliteitsslag in het centrum mogelijk door de afwaardering van de Eindhovenseweg. Cruciaal dus om de ambities op vrijetijdsgebied te realiseren. De oplevering is voorzien in 2018.

Natuurbeleid

16. Natuurpoort(en): Natuurpoort de Malpie is in 2014 opgeleverd waarbij recreatieve faciliteiten zijn verbeterd en de routing tussen horeca, parkeren en natuur is versterkt. In de begroting zijn budgetten opgenomen om zogenaamde mininatuurpoorten in te richten.
17. LOP (LandschapsOntwikkelingsPlan): Het LOP dient ervoor om alle ontwikkelingen in het buitengebied te (be)geleiden die te maken hebben met het behouden, versterken en verbeteren van de landschappelijke identiteit in onze gemeente. Er zijn 16 projecten gedefinieerd ter versterking van natuur en recreatieve mogelijkheden. Het LOP wordt bekostigd vanuit het landschapsfonds dat financieel wordt gevoed vanuit een afdracht uit onze gebiedsontwikkelingen (rood voor groen).
18. Routestructuren en routeborden: deels zijn routestructuren in het LOP als projecten opgenomen, deels is dit een aandachtsveld voor cluster EZ. Met name ook door een actieve rol in het SRE is gewaarborgd dat de regionale routestructuren kwalitatief op peil blijven.
19. Groene uitstraling: op diverse plaatsen is al vorm gegeven aan de wens voor verdere vergroening van Valkenswaard. In de begroting zijn gelden opgenomen voor het vergroenen van onze invalswegen. De uitvoering vindt plaats in samenhang met het project “Versterken laanbeplanting” uit het Landschapsontwikkelingsplan.

3.2 Beleidskaders

De gemeente kent naast de Toekomstvisie een aantal separate beleidsdocumenten op het gebied van de vrijetijdseconomie. De voornaamste beleidsdocumenten zijn de nota's op het gebied van evenementen, economie, horeca, ruimtelijke ontwikkeling, natuur, sport en cultuur. In de voorgaande paragraaf zijn de belangrijkste beleidslijnen en ontwikkelingen binnen de gemeente beschreven.
Naast de lokale beleidsnota's zijn ook andere beleidsdocumenten van belang. Het provinciaal beleid en het uitvoeringsprogramma Transnationaal Landschap De Groote Heide, Masterplan Centrum en de Kadernota Zuidzone en Eurocircuit, zijn hiervan de meest relevante. De Kadernota Zuidzone gaat specifiek in op de ontwikkeling van de Leisure & Pleasure zone in Valkenswaard.

Deze nota vervangt slechts de recreatieve nota 2007-2011 en is er niet op gericht de recente diverse recente vrijetijdsbeleid georiënteerde nota's (evenementenbeleid, horecabeleid, cultuurbeleid etc.) te vervangen, maar is bedoeld als zogenaamde (overkoepelende) "paraplu"-nota.
Om tot resultaten te komen dienen we consequent in onze keuzes en de koers te zijn die helpen de gestelde doelen te realiseren. De volgende hoofdstukken onderbouwen de gekozen koers.

Inspiration Point

4 Een vrijetijdsbeleid voor Valkenswaard

4.1 Aanleiding

In de Toekomstvisie wordt benadrukt dat Valkenswaard zich bevindt in een unieke natuurlijke omgeving, en de potentie heeft om meer dan een miljoen bezoekers per jaar te ontvangen. Dat is een forse ambitie getuige de navolgende voorbeelden uit de ranglijst van jaarlijks aantal bezoekers in dagattracties: De Efteling 4,15 miljoen, Rijksmuseum 2,2 miljoen, Ouwehands Dierenpark 0,94 miljoen, Toverland 0,61 miljoen (bron: Top50 dagattracties 2013). Een miljoen bezoekers leveren een substantiële bijdrage aan de lokale economie, bieden draagvlak voor lokale voorzieningen en borgen de toekomst voor Valkenswaard.

Aantrekkelijk genoeg zijn om dergelijke aantallen te mogen ontvangen, gaat echter niet vanzelf. Hiervoor dienen strategische lijnen uitgezet te worden. Deze nota poogt dit te omvatten. In deze nota wordt de vrijetijdseconomie (en de gewenste ontwikkeling) op drie terreinen onder de loep genomen:

1. Kwaliteit en kwantiteit van vrijetijdsvoorzieningen
Valkenswaard kent een divers (met name kleinschalig) aanbod aan vrijetijdsvoorzieningen, gericht op zowel bewoners als bezoekers. In hoeverre is dit aanbod aantrekkelijk genoeg om onze ambitie, zoals gesteld in de Toekomstvisie, waar te maken?

2. Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming
(Toeristisch-recreatief) Valkenswaard werkt sinds 2011 met de promotiecampagne "Veelzijdig Valkenswaard" en is onderdeel van Transnationaal Landschap "De Groote Heide". In hoeverre ondersteunt dit onze ambitie, zoals gesteld in de Toekomstvisie?

3. Samenwerking
De ontwikkeling van de vrijetijdssector van Valkenswaard is een ontwikkeling die gedragen moet worden door zowel de publieke als de private sector. In hoeverre is er al sprake van samenwerking en een gedeeld verantwoordelijkheidsgevoel?

Deze nota geeft een eerste aanzet tot een programma voor deze drie terreinen.

4.2 Kwaliteit en kwantiteit van vrijetijdsvoorzieningen

'Vrijetijdsvoorziening' is een ruim begrip. In dit kader ligt de nadruk op vrijetijdsvoorzieningen die een duidelijke economische meerwaarde hebben voor Valkenswaard, een bovenlokale aantrekkingskracht hebben en structureel van aard zijn (een vaste locatie).

Onderstaand overzicht geeft een beeld van de scope van vrijetijdsvoorzieningen waarop vrijetijdsbeleid betrekking heeft.

Attracties:
- thema/pretparken
- dierentuinen/parken
- speeltuinen
- indoor speeltuinen/hallen

Vermaak:
- bioscopen
- discotheken
- casino's
- kartcentra
- recreatiebaden/subtropische zwemparadijzen

Detailhandel:
- funshopping

Horeca:
- restaurants
- cafés
- zalen/partycentra
- ijssalons

Sport:
- fitnesscentra
- stadions
- skicentra
- golfterreinen
- maneges
- sportbaden

Wellness:
- sauna's/thermen
- kuuroorden

Cultuur:
- theaters
- concertgebouwen
- musea
- expositieruimten
- poppodia

Evenementen:
- binnenaccommodaties
- buitenaccommodaties

Openluchtrecreatie:
- bos- en natuurgebieden
- (stads)parken
- routestructuren
- openbare ruimte

Verblijf:
- bungalowparken
- kampeerterreinen
- trekkershutten
- hotels
- bed & breakfast
- groepsaccommodaties
- passanten/jachthavens

MICE*-accommodaties:
- conferentiecentra
- vergaderaccommodaties
- congresaccommodaties

beursgebouwen

* meetings, incentives, congresses, events

Speeltuin Geenhoven

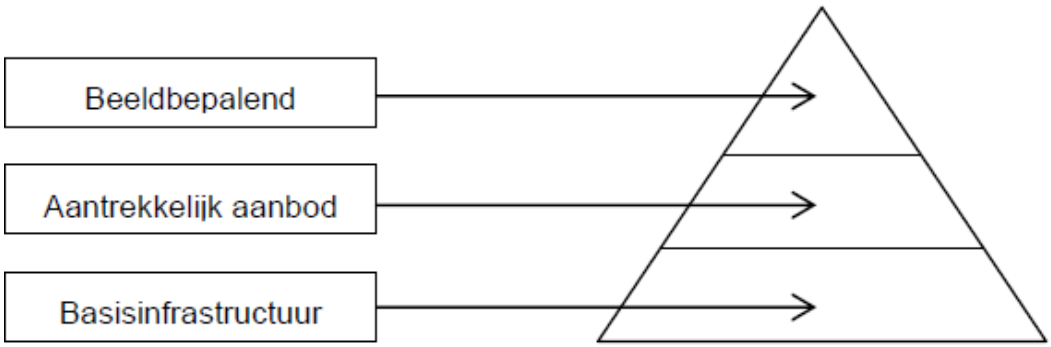
De inhoud van deze nota is afgebakend. Ze gaat in ieder geval niet verder in op: wijk– en buurtgerichte voorzieningen, evenementen, detailhandel en vrijetijdsbeoefening in verenigings- en cursusverband. Voor evenementen is apart een beleidskader en voor horeca is een aparte visie opgesteld.

Binnen het totaal aan vrijetijdsvoorzieningen kunnen we naast de aard van de voorziening, ook een onderscheid maken in de mate van aantrekkingskracht.

Hieronder staat de aanbodpiramide, deze bestaat uit:

- Imagobepalende voorzieningen die een reden vormen om een eerste keer naar Valkenswaard te komen (beeldbepalend aanbod);
- voorzieningen die reden zijn om langer in Valkenswaard te blijven (aantrekkelijk aanbod);
- en voorzieningen die – bij het ontbreken – reden zijn om weg te blijven (basisinfrastructuur).

Het is de combinatie van deze voorzieningen die een herhaalbezoek interessant maken.



Een vertaling van de aanbod piramide naar Valkenswaard:
De basisinfrastructuur wordt gevormd door de voorzieningen die ervoor zorgen dat het hier prettig wonen / vertoeven is. Denk aan de aanwezige winkels. *Het aantrekkelijke aanbod* is het aanbod dat het aantrekkelijk maakt voor (dag)bezoekers, bijvoorbeeld de recreatieve mogelijkheden in Valkenswaard, het bestaande horeca-aanbod, de diverse evenementen en Cultuurcentrum De Hofnar. *Het beeldbepalend aanbod* is het aanbod dat mensen een reden geeft om de eerste keer naar Valkenswaard te komen. Gedacht kan worden aan de musea, Eurocircuit, de Malpie/De Groote Heide, het kanoën, Inspiration Point en aan bepaalde evenementen, zoals het concours hippique bij Stal Tops, Dakar pre-proloog, het Bloemencorso of het Vogelverschrikkerfestival.

4.3 Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming

Valkenswaard is niet de enige gemeente in Nederland die de vrijetijdssector omarmd heeft als economische drager voor de toekomst. Maar liefst 85% van de Brabantse gemeenten kent een toeristisch – recreatieve beleidsvisie. Vrijwel alle gemeenten zien een rol voor zichzelf weggelegd op het gebied van toerisme en recreatie.[4] Onderscheidend zijn op het gebied van vrijetijdsbesteding is daarom een stevige uitdaging voor gemeente Valkenswaard. Waarmee onderscheidt Valkenswaard zich ten opzichte van andere gemeenten? Welke focus (en ontwikkelrichting) heeft Valkenswaard op het gebied van de vrijetijdseconomie? Daarbij dienen we in het achterhoofd te houden dat vanuit het oogpunt van de bezoeker, Valkenswaard bekeken wordt als onderdeel van een regio of provincie. Positionering en profilering gaan verder dan de gemeentegrens en het gebruiken van een logo en een slogan.

[4] Benchmark toeristisch – recreatief beleid bij gemeenten 2010-2011. KVK Brabant

4.4 Samenwerking

De ontwikkeling van de (vrijetijds)economie is niet enkel in handen van de gemeente. Integendeel; commerciële partijen, ondernemers, terreinbeheerders, (culturele/ recreatieve/sport) verenigingen, stichtingen, evenementenorganisatoren etc., dragen samen met de overheid de verantwoordelijkheid voor een groeiende vrijetijdseconomie.

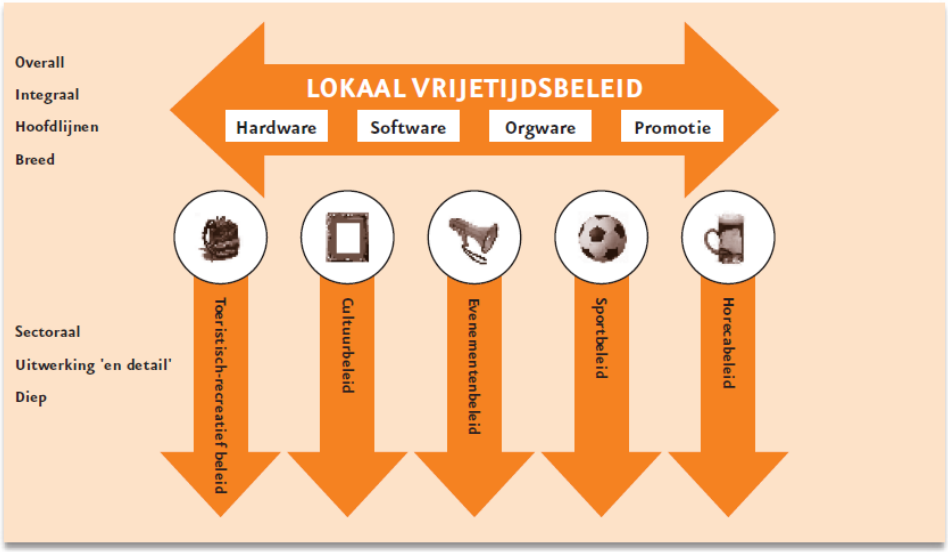
Gemeente Valkenswaard kent verschillende rollen en relaties in dit spectrum:

- Initiërend: Actieve rol bij het opstarten van projecten. Denk in dit kader bijvoorbeeld aan routestructuren en bewegwijzering. Maar ook de structuurvisie Zuidzone met ontwikkelingsmogelijkheden voor het Eurocircuit en een Leisure en Pleasurezone. Ook actief accountmanagement is hier onderdeel van.
- Voorwaardenscheppend: Een rol om de uitvoering van projecten mogelijk te maken door procedures te versoepelen (denk aan bestemmingsplannen). Hierbij kunnen ondernemers gefaciliteerd worden plannen voor vrijetijdsondernemingen te realiseren in Valkenswaard. Ook het verstrekken van subsidies werkt voorwaardenscheppend. Zoals de inspanningen de afgelopen jaren om het evenementenprogramma op een hoger peil te brengen.
- Trekker: Actieve rol om gedurende de gehele looptijd van een project de partijen te motiveren een bijdrage te leveren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan Natuurpoort de Malpie.

4.5 Motieven voor een vrijetijdsbeleid

De verkokering voorbij

Zoals in de inleiding is aangegeven, is vrijetijdsbeleid een breed begrip en beslaat het diverse beleidsdomeinen. Dit beleid is er niet op gericht de bestaande beleidsdomeinen te vervangen. De diverse beleidsstukken per domein gaan verder dan de focus van dit beleid. Het is echter van belang om de ambitie die we op het gebied van vrijetijdsvoorzieningen hebben, binnen elk domein terug te zien. Deze nota is een eerste aanzet om de verkokering te overstijgen en een paraplu te vormen wat betreft het vrijetijdsbeleid.



Toelichting figuur:
Hardware: De 'stenen', voorzieningen zoals een museum of fitnesscentrum, maar ook een evenemententerrein en wandel -en fietspaden.
Software: De programmering, festivals en evenementen, fiets – en wandelroutes, arrangementen of rondleidingen.
Orgware: De organisatie die nodig is om invloed uit te oefenen op de hardware en software. Dit betreft de gemeente, maar ook stakeholders, zoals vrijetijdsondernemers en de VVV.
Promotie: Het onder de aandacht brengen van de hardware en software met behulp van de VVV, Visit Brabant, De Groote Heide, centrummanagement, brochures, websites etc. en aandacht voor citybranding.

Economisch belang van de vrijetijdssector
De vrijetijdssector van Valkenswaard is van economische betekenis voor de gemeente Valkenswaard. De sector 'logies, maaltijd – en drankverstrekking' en de sector 'cultuur, sport en recreatie', zijn goed voor 6% respectievelijk 2% van de werkgelegenheid (gemiddelden voor Zuidoost Brabant, 4% respectievelijk 2%). De vrijetijdsector zorgt met name voor werkgelegenheid voor de lager opgeleiden. In bijlage I zijn diverse cijfers te vinden betreffende het economische belang van de vrijetijdssector voor Valkenswaard.

Vrijetijdssector als drager van het woonklimaat
De keuze voor een woonplaats wordt door veel factoren beïnvloed. Denk aan de aanwezigheid van werk, scholen en bereikbaarheid per auto of openbaar vervoer. De aanwezigheid van vrijetijdsvoorzieningen speelt hierbij ook een belangrijke rol. Vrijetijdsvoorzieningen dragen bij aan het woonklimaat. Ze hebben niet enkel functie als vermaak, maar fungeren ook als sociale ontmoetingsplaats.

Ruimtelijk belang van vrijetijdssector
Werd de vrijetijdssector voorheen geassocieerd met een negatieve invloed op de omgeving, nu groeit meer en meer het besef dat de vrijetijdssector juist drager is van ruimtelijke kwaliteit. Vrijetijdseconomie kan fungeren als een motor die andere sectoren mee omhoog trekt. Bijvoorbeeld overheden die steeds minder middelen hebben om recreatiegebieden te ontwikkelen en onderhouden. Middelen moeten elders vandaan komen. Ruimte geven aan recreatieondernemers die zelf gaan bijdragen aan het beheer en onderhoud van een recreatiegebied, kan een oplossing bieden. Ditzelfde kan gesteld worden als het gaat om sportvoorzieningen. Denk ook aan de transformatie van boerenbedrijven naar vrijetijdsbedrijven of de invulling van leegstaande (monumentale) panden door de vrijetijdssector. Het is ook de vrijetijds-sector die, ook vanuit eigenbelang, aandacht heeft voor waarden als natuur, landschap
en erfgoed.

Het structureren van (de relatie met) particulier initiatief
Zoals eerder aangegeven is de ontwikkeling van de gemeente Valkenswaard op het gebied van de vrijetijdseconomie voor een groot deel afhankelijk van particulier initiatief. Een heldere ambitie met een gerichte focus, maakt het aantrekkelijker voor particulieren om in Valkenswaard te investeren. Een heldere visie zorgt daarbij voor een betere afstemming tussen particulier en overheidsinitiatief. De doelstellingen van de overheid en particulier initiatief kunnen beter op elkaar worden afgestemd en samenwerking kan bevorderd worden. Ook zorgt duidelijkheid betreffende het vrijetijdsveld voor een meer gerichte aanpak van de gemeente op het gebied van acquisitie en promotie.

5 Koers 2015 t/m 2020

5.1 Wat willen wij bereiken?

Het primaire doel voor het vrijetijdsbeleid in de periode 2015-2020 is groei van werkgelegenheid en de economische betekenis van de sector. Dit is te bereiken door het realiseren van de volgende subdoelen:
- Meer bezoekers naar Valkenswaard trekken (2030: meer dan 1 miljoen);
- Verlenging van de verblijfsduur van bezoekers;
- Verhoging van de bestedingen door bezoekers;
- Betere spreiding bezoekers over de seizoenen;
- Toename van het recreatieve aanbod en dus aantal ondernemers;
- Betere profilering van Valkenswaard als toeristische gemeente.

5.2 Hoe staan we ervoor?

De analyse wordt ingedeeld aan de hand van de onderstaande terreinen:
1. Kwantiteit en kwaliteit van vrijetijdsvoorzieningen
2. Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming
3. Samenwerking

In bijlage II is een overzicht te vinden van de belangrijkste demografische, klimatologische en technologische ontwikkelingen en van relevante consumententrends. Kennis hebben van de ontwikkelingen is van belang om kansen en bedreigingen te onderkennen en daarop in te spelen.

5.2.1 Kwantiteit en kwaliteit vrijetijdsvoorzieningen Valkenswaard.

Waar staan we?
In bijlage III is een overzicht te vinden van de vrijetijdsvoorzieningen van Valkenswaard. Wanneer we dit overzicht bekijken (en gebruik maken van analyses uit bestaande nota's), kunnen we concluderen dat we een ruim aanbod hebben aan dagrecreatie.

Opvallende onderscheidende elementen uit het aanbod zijn onder andere:
- De weekmarkt van Valkenswaard (2015: Beste weekmarkt van Zuid-Nederland);
- Natuurgebieden; Dommeldal, De Groote Heide, De Malpie, de Plateaux;
- Eurocircuit;
- Inspiration Point; Dinner theater show;
- Outdoor activiteiten.

Weekmarkt

Waar willen we naar toe?
Een volledig vrijetijdsaanbod, met speciale aandacht voor:

1. Doelgroep jongeren / gezinnen met kinderen
2. Hoger segment (in accommodaties, horeca en toevoeging wellness)
3. Diversiteit
4. Beeldbepalend aanbod. Onderscheidend aanbod waarvoor men speciaal naar Valkenswaard komt.
5. Grootschalige voorziening; voorziening die een groot aantal bezoekers weet te trekken
6. Leisurehotspot: Een combinatie van voorzieningen die elkaar versterken en aanvullend zijn in functie.
7. Versterken economische betekenis van de sector, meer bedrijvigheid en werkgelegenheid.

Wanneer we naar bovenstaande doelstellingen kijken, dan kan worden gedacht aan de volgende voorzieningen:

- Indoor speelparadijs /Indoor soccer hall;
- Klimbos;
- Bijzondere verblijfsaccommodaties, zoals wellnesshotels, glampings, boomhutten etc.;
- Wellnesscentre;
- In & outdoor klimcentrum;
- Skatepark;
- Clustering van voorzieningen, zie voorbeelden als leisure dome (Kerkrade / Randstad);
- Etc.

Indoor golf
Indoor speelparadijs
Boomhutten
Wellness
Skatepark

5.2.2 Positionering en profilering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming

<u>Waar staan we?</u>
In het kader van de Toekomstvisie zijn diverse onderzoeken naar Valkenswaard gedaan. Er is naast deze data ook behoefte aan een duidelijker beeld van onze bezoeker: Wie is onze bezoeker? Wat zijn de beweegredenen om naar Valkenswaard te komen?

Valkenswaard heeft geen duidelijke uitstraling. Het ontbreekt aan een heldere profilering. Waar staan wij voor? Waar staat Valkenswaard om bekend? Voor de inwoner en bezoeker is het prettig dat we een breed scala aan voorzieningen hebben, maar 'veelzijdigheid' is geen goed uitgangspunt om onderscheidend te zijn voor potentiële bezoekers en bewoners. Dit kwam ook uit de werksessie met externen naar voren. De promotiecampagne Veelzijdig Valkenswaard is in 2011 gelanceerd en na een aantal jaar kunnen we concluderen dat de campagne een goed middel is geweest om de sector te verenigen, maar de campagne wordt nauwelijks ingezet door de sector zelf.

Waar willen we naar toe?

1. Duidelijke profilering en positionering. Kies een haalbaar en onderscheidend / concurrerend profiel, dat past bij gemeente Valkenswaard en ondernemers prikkelt om hiermee aan de slag te gaan. Hierbij moet aansluiting gezocht worden bij de Toekomstvisie. Tijdens de sessie met ondernemers en andere belanghebbenden, kwam dit ook naar voren. De workshop heeft nog geen uitsluitend profiel in beeld gebracht. Hier dient een vervolgtraject voor te worden ingericht. Een duidelijke profilering en uitstraling vraagt om trechtering. Dit kan invloed hebben op de promotiecampagne Veelzijdig Valkenswaard. Deze campagne zal dan ook nader beschouwd worden, waarbij zal worden bepaald of een ander thema beter aansluit bij onze doelen en op meer draagvlak onder de ondernemers kan rekenen.
2. Valkenswaard kan zelfstandig de nationale- laat staan de internationale toerist/recreant moeilijk bereiken en verleiden om naar Valkenswaard te komen. Meedoen in regionale promotie is noodzakelijk om deze doelgroep te bereiken. Het voortzetten en versterken van het project Transnationaal Landschap De Groote Heide in samenwerking met de andere gemeenten en in relatie met Coöperatie Boven-Dommel is van groot belang.
3. Aansluiting zoeken bij de thematiek van VisitBrabant, om ook de internationale bezoeker te verleiden.
4. Meer inzicht in de bezoeker: Wie komt zijn vrije tijd besteden in Valkenswaard? En waarom? Onderzoek uit 2010 laat zien dat 40% van de bezoekers als hoofddoel buitenrecreatie heeft en 36% voor horeca/uitgaan. Het vrijetijdshuis Brabant verstrekte eerder periodiek informatie tot op gemeenteniveau, voor het laatst in 2010. Het is tijd voor een update en een verdieping van deze cijfers ook als de gemeente zelf deze informatie moet (gaan) verzamelen.

5.2.3 Samenwerking

Waar staan we?

Gemeente Valkenswaard heeft een subsidierelatie met de VVV. De VVV is van belang voor de communicatie naar de bezoeker (en inwoner), het creëren van product markt combinaties (arrangementen) en voor het samenbrengen (en stimuleren van samenwerken) van de toeristische sector. Het is van belang dat de VVV meer inkomsten gaat genereren en minder afhankelijk wordt van subsidie en daarnaast echt de spin in het web wordt in de sector.

De sector onderling werkt tot op zekere hoogte samen, ontwikkelingen als centrummanagement en het organiseren van toeristische cafés dragen hier aan bij. Desondanks liggen er nog vele mogelijkheden als het gaat om toeristische samenwerkingsverbanden die nog onvoldoende ontwikkeld zijn. Denk hierbij aan arrangementen, het doorverwijzen van gasten naar andere voorzieningen, het gezamenlijk communiceren etc.

De gemeente werkt vanuit diverse beleidsterreinen / afdelingen aan de vrijetijdssector van Valkenswaard. Ook hier is een meer integrale werkwijze van belang.

Waar willen we naar toe?

1. Een financieel sterke VVV, spin in het web
2. Een gezamenlijke – gemeentelijke- agenda tussen de diverse beleidsterreinen (sport, cultuur, evenementen, toerisme & recreatie).
3. Een versterkte samenwerking tussen de toeristische sector (binnen en buiten de gemeentegrenzen).

6 Wat gaan we er voor doen?

Uit voorgaande analyse en gesprekken met ondernemers en andere belanghebbenden, komt naar voren dat er aan enthousiasme en geloof in de vrijetijdseconomie als drager voor de toekomst van Valkenswaard geen gebrek is. Echter, de stap van plannen en visie naar uitvoering, moet op vele fronten nog gezet worden. Dat is geen typisch Valkenswaardse uitdaging, veel gemeenten kampen met hetzelfde probleem. Daar zijn diverse oorzaken voor, maar de belangrijkste is toch wel het verschil in verwachtingen ten aanzien van ieders rol in dit per definitie publiek-private traject. Voor overheden geldt dat zij ruimte moet geven zonder helemaal los te laten. En voor ondernemers geldt dat zij verder moeten kunnen en durven kijken dan hun eigen bedrijf (STIRR, 2013). Als overheid moet je uitstralen dat je initiatieven toejuicht. Enthousiasmeer en stimuleer in plaats van, op de oude manier, achteraf toetsen op basis van strenge randvoorwaarden. Geef ontwikkel - en experimenteerruimte.

6.1 Strategische beleidslijnen

Voor de komende jaren zet de gemeente Valkenswaard in op de volgende vier beleidslijnen:

1) Voortzetten van huidige inzet; afmaken en versterken waar we aan begonnen zijn.

Valkenswaard is al enige tijd goed op weg. De evaluatie van het beleid uit 2007 laat ook zien dat de ingezette instrumenten het gewenste effect gehad hebben. De inzet die wij al plegen op verschillende terreinen moeten wij ook niet uit het oog verliezen wanneer wij nieuwe ambities uitspreken. De toeristische basisinfrastructuur moet op peil blijven. Denk in dit kader aan bewegwijzering, beheer route infrastructuur en het ondersteunen van de VVV. Dit vereist continue en blijvende aandacht. Punt van aandacht is de campagne Veelzijdig Valkenswaard. Het is nodig dat deze campagne nader wordt beschouwd Voortzetten van deze campagne kan enkel wanneer deze voldoende door de sector gedragen wordt.

2) Witte vlekken in het aanbod en quick wins
Uit de aanbodsanalyse komen diverse aandachtspunten op het gebied van voorzieningen naar voren. Het is echter de ondernemer die bepaalt of hij in een recreatieve voorziening in Valkenswaard wil investeren. De gemeente kan en zal hier wel een actieve rol in spelen door middel van acquisitie en faciliteren middels bestemmingsplannen en met name ook door met een ontwikkelingsvisie voor het Eurocircuit-Leisurezone ondernemers een interessant ontwikkelperspectief te bieden in Valkenswaard. Een visie, meer planologische duidelijkheid vanwege een reeds doorlopen MER-procedure, een concept met mogelijkheden om samen met tientallen collega recreatieve ondernemers de Leisurezone te promoten lijken een interessant investeringsperspectief te bieden. Zeker met de wetenschap dat met de Westparallel de bereikbaarheid enorm wordt verbeterd.
Witte vlekken in het aanbod zijn in deze nota 'Valkenswaardbreed' benoemd. Op kleinere schaal (denk aan de dorpskernen en specifiek het centrum), zal deze exercitie nogmaals gedaan worden met lokale ondernemers en andere belanghebbenden om een nadere invulling te geven van de witte vlekken in het aanbod per deellocatie.
Quick wins zijn ook te benoemen: er wordt gewerkt aan de upgrading van het fietsknooppuntennetwerk, het upgraden van ruiter- en menroutes, plaatsing van digitale informatieborden aan de invalswegen en de uitstraling van het dorp middels een passend banierenbeleid.

3) Denk over de grenzen heen: regiobenadering!
De regio is de meest logische eenheid voor toeristisch-recreatieve productontwikkeling. Uitzonderingen daargelaten is het niveau van een provincie te groot en van een dorp of stad te klein om bij de beleving van de bezoeker aan te sluiten. Mensen bezoeken over het algemeen een streek; de Veluwe, de Friese Meren of Zuid–Limburg. De gemeente Valkenswaard werkt op steeds meer beleidsterreinen samen binnen de regio (A2). Het is niet meer dan logisch om ook op het gebied van vrijetijdseconomie deze afstemming en samenwerking op te zoeken en te versterken. In het advies 'Groeten uit Holland' (2006) stelt de VROMRaad dat het onderscheidend vermogen van een regio samenhangt met het DNA van een gebied. Wil men de vrijetijdssector een impuls geven, dan is er enthousiasme nodig bij een diversiteit aan partijen (zowel publiek als privaat). Om tot dit enthousiasme te komen is een impuls nodig. Deze impuls kan ontstaan als meerdere partijen samen een richtinggevend perspectief opstellen. Transnationaal Landschap De Groote Heide biedt dit perspectief. Ook VisitBrabant biedt kansen. Zij werkt aan de hand van thematieken aan de profilering van Brabant richting de internationale toerist. Taak voor de gemeente om ondernemers te informeren en stimuleren om te participeren in dergelijke trajecten.

ONTDEK DE GROOTE HEIDE

VisitBrabant
ConnectBrabant

4) Ontwikkeling Leisurezone en pro actief inzetten op beeldbepalend (grootschalig) aanbod.

Als Valkenswaard haar toekomst wil bouwen op de vrijetijdssector, dan is het noodzakelijk dat er een vergroting van het aanbod komt. Een substantiële toename aan werkgelegenheid en bestedingen, kan enkel plaatsvinden indien er voorzieningen bij komen die gericht zijn op een groot aantal bezoekers. De leisurezone biedt hier kansen voor.
Dit vraagt van de gemeente een positieve houding ten opzichte van ontwikkelingen en de bereidheid om over mogelijke nadelen heen te stappen. Aan iedere ontwikkeling zitten mogelijke nadelen. Zonder de bereidheid om die in perspectief te plaatsen, wordt realisatie van deze ambitie moeilijk.

7 Aan de slag!

Valkenswaard heeft de potentie in zich om een aantrekkelijke vrijetijdsbestemming te worden, die een grote economische bijdrage zal leveren aan de toekomst van Valkenswaard. Als economische drager en als drager van ons woonklimaat. We hebben echter nog een lange weg te gaan. Dit vrijetijdsbeleid is een ontwikkelkader waarin de ambitie en ontwikkelrichting van de gemeente staat beschreven. Om tot resultaten te komen, hebben we een lange adem nodig en dienen we consequent in onze keuzes te zijn. Kiezen voor vrijetijdseconomie, betekent ook initiatieven stimuleren en faciliteren en ruimte (durven) geven aan initiatieven.

Op basis van dit kader zal er een, door het college van B&W vast te stellen, twee jaarlijks actieprogramma worden geformuleerd. In dit actieprogramma zal invulling gegeven worden aan de volgende vier beleidslijnen:

1. Voortzetten huidige inzet; afmaken waar we reeds aan begonnen zijn;
2. Witte vlekken in het aanbod invullen en quick wins realiseren;
3. Denken over de grenzen heen: regiobenadering met een prominente positie voor het Transnationaal Park Groote Heide als drager;
4. Ontwikkeling Eurocircuit en leisurezone en pro actieve inzet op beeldbepalend (grootschalig) aanbod (hierbinnen).

Deze lijnen worden doorgevoerd om de volgende doelen te realiseren:

1. Kwantiteit en kwaliteit van vrijetijdsvoorzieningen vergroten;
2. Profilering en positionering van Valkenswaard als vrijetijdsbestemming;
3. Samenwerking (intern en extern) verbeteren.

Eurocircuit

8 Verklarende woordenlijst en gebruikte afkortingen

Aanbodpiramide, deze bestaat uit:

- *Imagobepalende voorzieningen* die een reden vormen om een eerste keer naar Valkenswaard te komen (beeldbepalend aanbod);
- voorzieningen die reden zijn om langer in Valkenswaard te blijven (*aantrekkelijk aanbod*);
- en voorzieningen die – bij het ontbreken – reden zijn om weg te blijven (*basisinfrastructuur*).

Het is de combinatie van deze voorzieningen die een herhaalbezoek interessant maken.
Aantrekkelijke aanbod: het aanbod dat het aantrekkelijk maakt voor (dag)bezoekers, bijvoorbeeld de recreatieve mogelijkheden in Valkenswaard, het bestaande horeca-aanbod, de diverse evenementen en Cultuurcentrum De Hofnar.
Basisinfrastructuur: voorzieningen die ervoor zorgen dat hier prettig wonen / vertoeven is (bv. winkels).
Beeldbepalend aanbod: onderscheidend aanbod waarvoor men speciaal naar Valkenswaard komt.
Bovenlokale aantrekkingskracht: voorzieningen die mensen buiten Valkenswaard trekt.
Brainport: toptechnologie regio, met Eindhoven als kloppend hart, dat afgelopen jaren uitgegroeid is tot één van de meest prominente high tech centra van Europa.
Branchering: het stellen van een limiet aan het aantal ondernemers in een branche.
Centrummanagement: vorm van publiek-private samenwerking, gericht op het vergroten van de aantrekkelijkheid van een centrumgebied om zo het economisch functioneren en de leefbaarheid te versterken.
Citybranding: richt zich op het in de volle breedte ontwikkelen en exploiteren van een gemeentelijk merk met als kern de merk identiteit.
Dagattractie: een aantrekkelijk punt voor recreatie (attractieparken, dierentuinen ed.)
Grootschalige voorziening: voorziening die een groot aantal bezoekers weet te trekken.
Hardware: De 'stenen', voorzieningen zoals een museum of fitnesscentrum, maar ook een evenemententerrein en wandel -en fietspaden.
Kadernota Zuidzone (Eurocircuit-Leisure&Pleasurezone): deze Kadernota gaat specifiek in op de ontwikkeling van de Leisure & Pleasure zone in Valkenswaard. Zowel voor het Eurocircuit als in het gebied dat eerder bestemd was voor het Bedrijventerrein Lage Heide worden reële mogelijkheden voor het realiseren van een zogenaamde Leisure & Pleasurezone gezien.
KVU: Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan, veilig uitgaan is een belangrijk aandachtsgebied voor een aantrekkelijke horeca.
Leisure & Pleasure: Vrijetijd en vermaak
Leisurehotspot: een combinatie van voorzieningen die elkaar versterken en aanvullend zijn in functie.
LOP: LandschapsOntwikkelingsPlan
Masterplan Centrum: in het Masterplan Centrum zijn plannen uitgewerkt die de toekomstige aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht van ons winkelcentrum moeten helpen te behouden.
Natuurpoort: het startpunt om de natuur te ontdekken, te ontspannen of lekker actief buiten te zijn.
NBTC: Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen. NBTC Holland Marketing is verantwoordelijk voor de branding en marketing van Nederland in binnen- en buitenland.

Via het merk 'Holland' zet NBTC Nederland op de kaart als aantrekkelijke bestemming voor vakanties, zakelijke bijeenkomsten en congressen.
NRIT: Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme. Advies- en onderzoeksbureau met als specialisme toerisme, recreatie en vrijetijdsbesteding.
Ontgroening: afnemen van het aandeel jongeren in de bevolking.
Orgware: De organisatie die nodig is om invloed uit te oefenen op de hardware en software. Dit betreft de gemeente, maar ook stakeholders, zoals vrijetijdsondernemers en de VVV.
Positionering: marketingtechniek, waarbij het gaat om het kiezen van een onderscheidende positie in het hoofd van de consument. Met deze techniek wordt getracht een imago of identiteit te creëren in de perceptie (in het hoofd) van de doelgroep.
Private sector: particuliere sector
Profilering: een eigen gezicht geven, je DNA bepalen, het gewenste karakter zichtbaar maken.
Publieke sector: verzamelnaam voor alle overheidsorganisaties.
Quick wins: snel te behalen kleine resultaten.
Recreant: iemand die voor zijn plezier en ontspanning op pad gaat, meestal naar een plek waar ook veel andere mensen zijn.
Recron: vereniging van recreatie ondernemers Nederland.
Sociale cohesie: mate waarin burgers in de maatschappij verbondenheid ervaren en zich medeverantwoordelijk voelen voor het algemeen welzijn.
Stakeholders: iedereen die op één of andere manier betrokken is bij het vrijetijdsbeleid.
Software: De programmering, festivals en evenementen, fiets – en wandelroutes, arrangementen of rondleidingen.
STIRR: Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte.
Strategische doelstelling: lange termijn doelstelling.
Swot analyse: analyse van de Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen), Threaths (bedreigingen).
Toekomstvisie: in de afgelopen raadsperiode is onze Toekomstvisie 2030 opgesteld en uitgewerkt. Deze Toekomstvisie 2030 vormt de kapstok voor de strategie en de beleidskeuzes voor de komende jaren. De Toekomstvisie kent drie pijlers: Leisure & Pleasure, Innovatie en Sociale Cohesie. Deze drie pijlers zijn vertaald naar de vijf thema's in de begroting: werken, vrije tijd, bestuur, wonen en welzijn. Er is hiermee een koers uitgezet waar Valkenswaard in 2030 wil staan om de Quality of Life te behouden.
Toerist: iemand die voor zijn plezier reist.
Toeristisch café: Het toeristisch café heeft als doel: informatie, inspiratie en ontmoeten en richt zich op alle organisaties, ondernemers, verenigingen, stichtingen en overige partijen uit het toeristisch recreatief werkveld.
Transnationaal Landschap Groote Heide/Coöperatie Boven Dommel: In het grensoverschrijdende gebied wordt door de 5 samenwerkende Nederlandse (Valkenswaard, Cranendonck, Heeze-Leende) en Belgische gemeenten (Hamont-Achel, Neerpelt) gewerkt aan het op de kaart zetten van De Groote Heide. Hierbij worden verbindingen gelegd tussen innovatie, duurzaamheid, cultuurhistorie, natuur en recreatie (beleving) door onder andere Brainport toepassingen in het landschap. Met deelname van coöperatie Boven Dommel zijn onlangs Eindhoven en Veldhoven toegetreden met de intentie om De Groote Heide te positioneren als de recreatieve achtertuin van deze gemeenten. Ontwikkelmogelijkheden lijken nu, met het onder meer aanboren van substantiële Europese subsidiegelden in een stroomversnelling te kunnen komen.
Veelzijdig Valkenswaard: de promotiecampagne Veelzijdig Valkenswaard is ontwikkeld als dé communicatieve huisstijl voor de toeristische branche van Valkenswaard. De

bedoeling is dat alle ondernemers deze huisstijl in hun communicatie gebruiken om zo samen Valkenswaard op de kaart te zetten.
Verblijfsaccommodaties: overnachtingsmogelijkheid voor gasten en reizigers.
Vergrijzing: aandeel ouderen in de bevolking stijgt.
Verkokering: Het verschijnsel dat verschillende personen zich met een bepaald beleidsterrein bemoeien en daarbij naast elkaar werken, zonder dwarsverbindingen en daardoor ongecoördineerd opereren.
Verordening Ruimte 2014: brengt planologisch de (on) mogelijkheden in beeld voor de provincie Brabant betreffende de ontwikkeling van vrijetijdsvoorzieningen.
Visie: hierin wordt beschreven welke droom, ambitie men wil realiseren.
Visit Brabant|Connect Brabant: de opvolger van Vrijetijdshuis Brabant. VisitBrabant| Connect Brabant is de organisatie die Noord-Brabant uit moet laten groeien tot de meest innovatieve en gastvrije regio van Europa. Door een vernieuwd en verbeterd aanbod te ontwikkelen en daarmee meer bezoekers aan te trekken die langer blijven, versterkt de organisatie de structuur van de Brabantse vrijetijdseconomie. Dit zorgt voor meer bestedingen en banen. De vrijetijdseconomie fungeert zo als vliegwiel en gaat de verbinding aan met andere beleidsvelden, zoals cultuur, sport, natuur en erfgoedcomplexen. De organisatie VisitBrabant|ConnectBrabant bestaat uit twee pijlers. VisitBrabant richt zich op de consument en laat bezoekers zien wat Brabant te bieden heeft. ConnectBrabant brengt partijen samen om gezamenlijk innovatieve product/marktcombinaties te ontwikkelen.
Vrijetijdseconomie: vrijetijdseconomie in de breedste zin van het woord betekent alle vormen van vrije tijdsbesteding. Vrije tijd kan gedefinieerd worden als alle tijd die overblijft na aftrek van verplichte activiteiten zoals werk, studie en huishoudelijke taken en persoonlijke tijd waaronder slapen, eten en persoonlijke hygiëne.
Vrijetijdsvoorziening: Vrijetijdsvoorzieningen is een ruim begrip. In dit kader ligt de nadruk op vrijetijdsvoorzieningen die een duidelijke economische meerwaarde hebben voor Valkenswaard, een bovenlokale aantrekkingskracht hebben en structureel van aard zijn (een vaste locatie).
VVV: Na de ontmanteling van de regionale VVV is de VVV Valkenswaard verzelfstandigd, is de samenwerking met de ANWB gestopt en is ze verhuisd naar een zichtlocatie aan de markt. De nieuwe VVV heft als ambitie te professionaliseren, meer samenwerkingsverbanden aan te leggen met ondernemers in de regio en meer streekproducten aan te bieden. De VVV speelt een belangrijke rol in de verwezenlijking van onze ambities op het gebied van toerisme en recreatie.
Wellness: Wellness is een samenvoeging van 'wellbeing'- je goed voelen – en van 'fitness'- actief bezig zijn met je lichaam. Letterlijk vertaald betekent het Engelse woord wellness niets meer of minder dan gezondheid. In goed Nederlands heeft het alles te maken met welbevinden. Wellness is dus hét verzamelbegrip waaronder we alles scharen wat ons welzijn positief kan beïnvloeden.
Witte vlekken: plekken waar nog iets ontbreekt.

9 Geraadpleegde bronnen-stakeholders

Bronnen

1. KVK (2011). Benchmark toeristisch – recreatief beleid bij gemeenten 2010/2011
2. Gemeente Valkenswaard (2014). Horecavisie Valkenswaard. Leisure & Pleasure
3. Gemeente Valkenswaard (2012). Op weg naar een veelzijdig evenementenaanbod.
4. Gemeente Valkenswaard (2012). Nota Cultuurbeleid 2012-2015.
5. Gemeente Valkenswaard (2011). Beleidsvisie sport en bewegen 2011.
6. Gemeente Valkenswaard (2014). Masterplan Centrum 2014.
7. STIRR (2013). Stichting Innovatie Recreatie & Ruimte. ALL YOU NEED IS LEF. De gastvrijheidseconomie voor gebiedsontwikkeling met duurzaam rendement.
8. VROMRaad (2006). Groeten uit Holland.

Stakeholders

Jongerenraad Valkenswaard
Workshop Vrijetijdsbestemming Valkenswaard

Nederlands Steendrukmuseum

Bijlagen

Bijlage I: Economisch belang Vrije Tijd
Bijlage II: Trends & ontwikkelingen
Bijlage III: Aanbodsanalyse
Bijlage IV: Verslag sessie jongerenraad
Bijlage V: Verslag creatieve sessie met ondernemers in Valkenswaard

Bijlage I: Economisch belang Vrije tijd

(Bron: Rapport Valkenswaard Anno 2013)

Bezoekersaantallen:

Aantal bezoekers														
	attracties		evenemen-ten		buiten-recreatie		recreatief winkelen		horeca / uitgaan		waterrecreatie en -sport		totaal	
Aantal x 1000	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Asten	-	-	0	0%	711	54%	53	4%	388	29%	115	9%	1320	3%
Bergeijk	510	19%	40	1%	1291	47%	44	2%	274	10%	431	16%	2721	5%
Best	348	26%	75	6%	339	25%	91	7%	298	22%	173	13%	1334	3%
Bladel	-	-	68	4%	986	65%	83	5%	292	19%	35	2%	1524	3%
Cranendonck	-	-	30	2%	1203	66%	64	4%	437	24%	12	1%	1817	3%
Deurne	-	-	60	3%	1232	60%	179	9%	495	24%	0	0%	2041	4%
Eersel	-	-	45	3%	933	56%	47	3%	333	20%	287	17%	1672	3%
Eindhoven	34	0%	3521	19%	426	2%	5015	27%	4209	23%	1457	8%	18407	35%
Geldrop-Mierlo	-	-	-	-	311	23%	105	8%	482	36%	130	10%	1355	3%
Gemert-Bakel	-	-	50	2%	1353	58%	63	3%	710	31%	58	3%	2313	4%
Heeze-Leende	-	-	-	-	2351	86%	56	2%	240	9%	28	1%	2749	5%
Helmond	-	-	718	21%	430	12%	770	22%	934	27%	184	5%	3492	7%
Laarbeek	-	-	71	9%	259	33%	26	3%	406	51%	4	1%	791	2%
Nuenen	51	5%	90	9%	248	25%	62	6%	226	23%	288	29%	995	2%
Oirschot	-	-	60	3%	1435	69%	47	2%	485	23%	8	0%	2081	4%
Reusel-De Mierden	-	-	-	-	1046	69%	43	3%	324	21%	15	1%	1517	3%
Someren	-	-	-	-	758	68%	72	6%	214	19%	35	3%	1109	2%
Son en Breugel	-	-	-	-	222	23%	418	44%	182	19%	58	6%	949	2%
Valkenswaard	283	13%	35	2%	851	40%	147	7%	756	36%	35	2%	2116	4%
Veldhoven	-	-	-	-	211	14%	172	11%	632	41%	145	10%	1524	3%
Waalre	-	-	-	-	378	53%	18	3%	186	26%	58	8%	719	1%

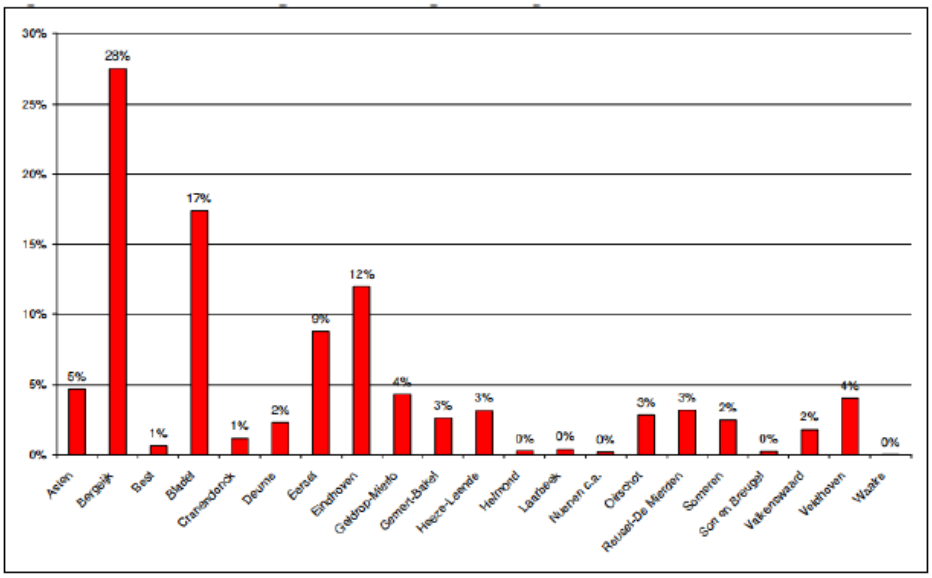
Tabel 20: Aantal bezoekers (x1000) regio Zuidoost Brabant 2010
Bron: Bron SRE, Monitor Economische Betekenis Vrijetijdssector Zuidoost-Brabant, 2010

Vrije tijd

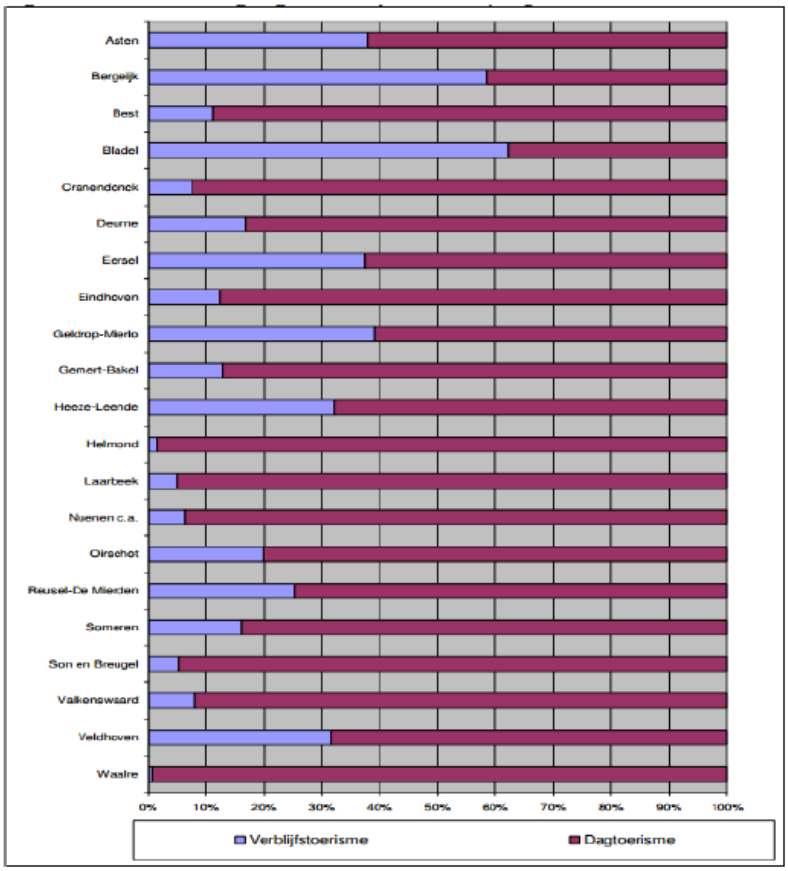
- Er is een ruim aanbod aan dagrecreatie. Uit economische cijfers blijkt dat in horeca en uitgaan de meeste bestedingen plaatsvinden. Daarnaast vinden er ook veel bestedingen plaats in het recreatief winkelen.
- De bestedingen in de horeca en uitgaan bedroegen in Valkenswaard in 2010 17,1 miljoen. Dit is hoger dan het regionaal gemiddelde (15,1 miljoen).
- Het aanbod verblijfsrecreatie is laag in de gemeente Valkenswaard. De bestedingen in de verblijfsrecreatie zijn ten opzichte van het totaal aan bestedingen in de vrijetijdssector in de gemeente laag (8%). Dit is in vergelijking met de omgeving ook terug te zien. De gemiddelde bestedingen per gemeente in de regio Zuidoost-Brabant lag in 2010 op 12,6 miljoen. Dit was in de gemeente Valkenswaard slechts 3,3 miljoen.
- Het aantal overnachtingen in Valkenswaard is ook relatief laag. De verblijfstoeristische overnachtingen in Zuidoost-Brabant zijn sterk geconcentreerd in een viertal gemeenten, te weten: Bergeijk, Bladel, Eindhoven en Eersel. Hiermee zijn deze vier gemeenten samen goed voor tweederde van de verblijfstoeristische overnachtingen in de regio.
- In Valkenswaard is 90% van de inkomsten afkomstig uit dagrecreatie tegenover 10% verblijfsrecreatie.

Economische betekenis per gemeente (bestedingen x 1 miljoen)

Categorie / Gemeente	Asten	Bergeijk	Best	Bladel	Cranendonck	Deurne	Eersel	Eindhoven	Geldrop-Mierlo	Gemert-Bakel	Heeze-Leende	Helmond	Laarbeek	Nuenen	Oirschot	Reusel-De Mierden	Someren	Son en Breugel	Valkenswaard	Veldhoven	Waalre	Totaal
B&B's en pensions	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4	0,1	0,4	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	2,1
Hotels standaard	-	0,3	0,0	0,4	-	0,5	0,9	1,9	0,2	0,5	0,1	0,4	-	-	-	-	0,2	-	0,3	0,1	-	5,7
Hotels middenkl./ luxe	5,5	2,0	2,9	0,7	0,1	2,5	0,7	73,1	13,3	1,1	6,1	1,0	0,4	1,1	1,3	1,4	-	1,5	1,1	15,7	-	131,7
Bungalows	0,8	38,8	-	27,2	-	2,2	-	-	3,4	-	-	-	-	-	0,3	2,2	-	-	-	-	-	74,9
Vakantiewoningen	0,1	0,4	-	0,0	0,1	0,1	-	-	-	0,2	0,3	-	0,1	0,0	0,1	0,0	-	-	0,0	-	0,0	1,5
Campings vaste plaatsen	1,9	1,3	0,0	1,1	1,0	0,0	3,4	-	0,7	0,5	2,9	-	-	-	1,8	0,5	0,2	-	0,4	1,0	-	16,8
Campings toer. plaatsen	2,3	3,3	-	0,6	0,8	-	5,8	-	0,0	0,7	0,8	-	-	-	0,8	0,8	0,9	-	0,5	0,6	-	18,0
Minicampings	0,1	0,5	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	-	0,0	0,1	0,2	-	0,1	-	0,2	0,2	0,1	-	0,1	0,1	-	2,1
Groepsaccommodaties	0,4	1,5	0,2	1,8	0,0	0,4	0,9	-	0,3	1,1	0,8	-	0,1	-	1,2	0,6	1,3	-	1,0	0,8	-	12,3
Jachth. vaste plaatsen	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
Jachth. passantenpl.	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-	0,0	-	0,0	-	-	-	-	-	-	0,0
Subtotaal verblijfstoerisme	*11,1*	*48,1*	*3,2*	*32,0*	*2,0*	*6,1*	*12,0*	*75,5*	*18,0*	*4,5*	*11,3*	*1,5*	*0,8*	*1,2*	*6,2*	*5,8*	*2,7*	*1,5*	*3,3*	*18,4*	*0,1*	*265,2*
Attracties	-	11,0	7,5	0,2	-	-	0,1	0,7	3,7	0,4	-	-	0,1	1,1	-	-	-	-	6,1	1,2	0,7	33,0
Musea	0,3	0,1	-	0,1	-	0,1	0,2	2,4	0,1	0,5	-	0,4	-	0,1	0,1	-	-	-	0,0	0,2	-	4,5
Bezienswaardigheden	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	2,2	-	-	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4
Evenementen	-	0,6	1,1	1,0	0,4	0,9	0,7	50,9	0,4	0,7	0,6	10,4	1,0	1,3	0,9	0,1	0,4	0,4	0,5	0,6	0,1	72,8
Buitenrecreatie	3,7	6,7	1,8	5,1	6,3	6,4	4,9	2,2	1,6	7,0	12,2	2,2	1,3	1,3	7,5	5,4	3,9	1,2	4,4	1,1	2,0	88,3
Paardrijden buiten	0,1	0,0	-	-	0,0	-	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,1	0,7
Recreatief winkelen	2,9	2,4	5,1	4,6	3,5	8,7	2,6	278,8	5,8	3,5	3,1	42,1	1,5	3,4	2,6	2,4	4,0	14,2	8,2	8,7	1,0	409,2
Horeca / uitgaan	9,3	6,3	7,2	6,9	10,4	11,3	8,3	120,8	10,7	17,2	6,1	21,6	10,2	5,6	11,9	7,2	5,2	4,8	17,5	13,9	4,7	317,1
Wellness	-		-	-	-	0,4	-	1,6	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-	-	9,4
Cultuur	-	1,8	-	0,5	-	-	-	26,0	-	-	-	6,2	0,1	-	-	1,2	-	1,0	-	-	-	36,7
Waterrecreatie en –sport	1,3	5,0	2,0	0,4	0,1	-	3,3	16,8	1,5	0,7	0,3	2,1	0,0	3,3	0,1	0,2	0,4	0,7	0,4	1,7	0,7	40,9
Sportwedstrijd bezoeken.	-	-	-	-	-	-	-	17,7	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,1
Subtotaal dagrecreatie	*17,7*	*34,0*	*24,6*	*18,9*	*20,8*	*27,8*	*20,0*	*520,5*	*26,0*	*30,1*	*22,5*	*85,3*	*14,4*	*16,1*	*23,0*	*16,4*	*13,9*	*27,4*	*37,2*	*27,4*	*9,3*	*1.033,1*
Zakelijk dagbezoek	0,5	0,3	0,5	0,5	3,6	2,4	0,0	15,6	2,1	0,4	1,4	0,8	0,6	1,0	2,0	0,7	0,3	0,3	0,2	12,5	1,7	47,2
Totaal regio	*29,2*	*82,4*	*28,3*	*51,4*	*26,4*	*36,3*	*32,1*	*611,6*	*46,2*	*34,9*	*35,1*	*87,6*	*15,7*	*18,3*	*31,2*	*22,8*	*16,9*	*29,2*	*40,8*	*58,3*	*11,0*	*1.345,4*



Tabel 39: Aantal overnachtingen in Zuidoost-Brabant in 2010
Bron: Monitor economische betekenis vrijetijdssector Zuidoost-Brabant, SRE 2011



Tabel 40: Verhouding inkomsten dag- en verblijfsrecreatie
Bron: Monitor economische betekenis vrijetijdssector Zuidoost-Brabant, SRE 2011

(gegevens uit rapport Valkenswaard anno 2013)

Bijlage II :Trends & ontwikkelingen

Demografie (nationaal)

Demografische ontwikkelingen die van invloed zijn op de vrijetijdsbesteding van Nederlanders zijn de vergrijzing en de toename van het aantal alleenstaande huishoudens. Het aantal kinderen en jongeren blijft redelijk constant, maar er ontstaan grotere regionale verschillen. Het aandeel werkenden in de bevolking gaat afnemen. De verwachting is dat degenen die werken minder vrije tijd en een relatief goed inkomen hebben. Mensen gaan daarom steeds efficiënter met hun vrije tijd om. Er is een ontwikkeling naar kortere en meer gespreide vakanties plus een toenemende behoefte aan een compleet en verzorgd aanbod voorzien van meer comfort en van een kwalitatief hoog niveau. De nieuwe senior is een aantrekkelijke doelgroep (hoger opgeleid, hoger inkomen, fit en actief) voor ondernemers die hun seizoen willen verbreden. De groeiende groep alleenstaanden vraagt om een toenemende flexibiliteit in het aanbod van producten en diensten gebaseerd op interesses. De sociale context van het aanbod is daarbij belangrijk.

Effecten vrijetijdsbesteding

De toename van de vrij te besteden tijd van 65-plussers leidt tot een forse toename van de vrijetijdsbesteding buitenshuis. Belangrijke factoren: kwaliteit, bereikbaarheid en toegankelijkheid van vrijetijdsvoorzieningen in directe leefomgeving en eigen woonplaats van 65-plusser.

Met name groep 50-65 jaar gaat steeds vaker op vakantie en geeft meer uit tijdens vakantie (groei sterker dan bij 65-plus). De 65-plusser maakt steeds meer dagtripjes. Het aandeel van eenpersoonshuishoudens in Brabant neemt toe terwijl het aandeel samenwonenden met en zonder kinderen afneemt. Veel meer dan in het verleden zullen aanbieders in de toekomst moeten nadenken over hoe zij alleenstaanden kunnen interesseren voor hun product.

Brabant weet bovengemiddeld veel gezinnen met kinderen te trekken. Dit is een kracht die vastgehouden moet worden. Tegelijkertijd is duidelijk dat de doelgroepen van de toekomst alleenstaanden en ouderen zijn. Idealiter worden in het vrijetijdsaanbod de wensen en behoeften van de verschillende groepen met elkaar verenigd.

Economische ontwikkelingen

De afgelopen jaren is aan koopkracht ingeleverd. Vooral (vervroegd) gepensioneerden en ouders met kinderen in de kinderopvang leveren in. 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 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. De economische recessie heeft ook gevolgen voor de bestedingen in de horeca.

De verwachting is, dat de vraag naar kenniswerkers van buitenaf zal toenemen: Brabantse kenniswerkers nemen aan veel vrijetijdsactiviteiten vaker deel dan niet-kenniswerkers. Ze maken vaker gebruik van horeca en pleisterplaatsen in het buitengebied; Kenniswerkers stellen hoge eisen aan de voorzieningen, ze zijn minder tevreden dan niet-kenniswerkers, voornamelijk over het aanbod aan cafés, musea en wandelmogelijkheden in het buitengebied; Vrijetijdsbeleving is ondersteunend aan het werkpatroon: vraagt om veel gemak en gastvrijheid, vrijheid om op het eigen gekozen tijdstip aan activiteiten mee te doen, nabijheid en bereikbaarheid.

Effecten vrijetijdsbesteding
Wensen kenniswerkers: ontmoetingsplekken omdat ze hun familie en vrienden vaak niet bij de hand hebben, diversiteit in het nachtleven, Engelstalig (bijv. programma's in het theater) en ingesteld op internationale bezoeker, restaurants met een internationale keuken, flexibele openingstijden van winkels en cafés, (openbare) plekken voor recreatie (in de natuurlijke omgeving), bijeenkomsten voor intercultureel contact.

Tabel 3.1. Aantal overnachtingen (x 1.000) Zuidoost-Brabant 2010

Gemeente	Hotels/pensions/B&B	Bungalows[7]	Kamperen	Groepsaccom.	Jachthavens	Totaal
Asten	37	19	128	14	0	198
Bergeijk	17	889	201	59	0	1.165
Best	20	0	g.g.	g.g.	0	27
Bladel	9	616	41	68	0	733
Cranendonck	g.g.	2	45	g.g.	0	49
Deurne	26	51	5	15	0	97
Eersel	16	0	320	35	0	371
Eindhoven	507	0	0	0	g.g.	507
Geldrop-Mierlo	90	77	g.g.	g.g.	0	182
Gemert-Bakel	14	7	47	44	0	111
Heeze-Leende	42	9	53	30	0	134
Helmond	12	0	0	0	0	12
Laarbeek	3	g.g.	5	g.g.	g.g.	17
Nuenen c.a.	8	g.g.	0	0	0	8
Oirschot	14	10	53	44	g.g.	121
Reusel-de Mierden	10	50	54	22	0	136
Someren	3	0	52	50	0	105
Son en Breugel	g.g.	0	0	0	0	10
Valkenswaard	11	g.g.	28	36	0	76
Veldhoven	105	0	36	g.g.	0	171
Waalre	g.g.	g.g.	0	0	0	1
Totaal regio	955	1.734	1.071	469	1	4.229

Tabel 38: Aantal overnachtingen in Zuidoost-Brabant in 2010
Bron: Monitor economische betekenis vrijetijdssector Zuidoost-Brabant, SRE 2011

Klimatologische ontwikkelingen
Het weer is erg bepalend voor vrijetijdsbesteding en toerisme. Nederland had in 2012 meer zonuren en meer regen dan gemiddeld. Het was gemiddeld 0,3 graden warmer dan normaal. De komende jaren zal het steeds warmer worden. Binnenlandse vakanties worden een aantrekkelijker alternatief voor extreem hete zonbestemmingen in het buitenland. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar duurzame consumptie. De 'super eco' trend komt op, waarin ieder aspect van een product of dienst zonder enige twijfel duurzaam is.

Technologische ontwikkelingen
Technische oplossingen dienen zich in versneld tempo aan voor allerhande toepassingen die ook bruikbaar zijn in de vrijetijdssector. Vooral de mogelijkheden die mobiel internet biedt, nemen een vlucht. Consumenten omarmen die ontwikkelingen op grote schaal en hebben een groot vertrouwen in de vooruitgang van de technologie.
Het gebruik van social media en internet neemt toe bij het zoeken en boeken van vrijetijdsactiviteiten, zoals logies, eet- en uitgaansgelegenheden.
Social media maakt de markt transparanter en biedt de consument de gelegenheid om 'het vastleggen' zo lang mogelijk uit te stellen. Immers, via internet is snel het aanbod te traceren en te vergelijken. Online reviews zijn al belangrijker dan de traditionele mond tot mond reclame.

De aanhoudende crisis en het dalende consumentenvertrouwen hebben weinig effect op online consumentenbestedingen. Deze stijgen nog steeds.
Het verlangen van consumenten om hun leven via social media met de hele wereld te delen blijft onverminderd. "Liken" is daar een onmisbaar deel van geworden.
Tijdens het vakantieverblijf is voor veel Nederlanders een internetverbinding belangrijk. Met de sterke stijging van smartphone- en tabletgebruik groeit ook het gebruik van apps. Ook de vrijetijdssector zit niet stil en ontwikkelden de afgelopen periode allerhande apps voor hun doelgroep.

Marktsituatie
De economisch situatie is nog steeds niet gunstig. Het economisch herstel is aarzelend. Onder invloed van de crisis worden vakanties dichter bij huis doorgebracht en zijn ze korter. Voor binnenlandse vakantie is een duur van 4 tot 7 dagen blijvend populair. Globalisering en lokalisering (de wereld is een dorp en het dorp bevat de wereld). Merken worden steeds belangrijker.

Sociaal-culturele en technologische trends
Er is een ontwikkeling te zien waarbij de toegang tot producten en diensten belangrijker wordt dan het bezit. Het internetgebruik neemt toe en ook op vakantie zijn mensen online. Het internet is de start van vrijetijd. Internet geeft de mogelijkheid om spontaan te zoeken en te boeken. Vindbaarheid en toegankelijkheid van informatie zijn daarbij van groot belang. Internet zorgt voor transparantie en 100% bereikbaarheid. Wi-Fi, smartphone en tablet worden daarmee steeds vaker onderdeel van vrijetijdsbeleving.

Verblijfsrecreatieve sector
Inspelen op beleving en comfort, luxe en voorzieningen, meer aandacht voor duurzaamheid en integratie van dag- en verblijfsrecreatie zijn trends in de verblijf recreatieve sector (campings, bungalowparken, groepsaccommodaties). Bungalowparken profiteren van deze trends en campings hebben er last van. Het marktaandeel van kamperen neemt af, toch zijn er kansen voor campings die inspelen op de trends met privé sanitair en luxe, ingerichte tenten. De belangstelling voor minicampings en natuurkampeerterreinen neemt al een tijdje toe. Bungalowparken krijgen steeds meer te maken met last minute boekingen en verouderde bungalowparken hebben het moeilijk. De ruimte voor nieuwe vakantiecentra en logiesaccommodaties beperkt zich tot A-locaties, in de meeste regio's is sprake van verzadiging. Er is sprake van vervaging van grenzen, er ontstaan grote vrijetijdscomplexen met verblijfaccomodatie of resorts. Op bedrijfsniveau zijn schaalvergroting, professionalisering en ketenvorming waarneembaar.
De vergrijzing biedt kansen voor de hotelsector. De bed & breakfast sector wordt professioneler. De belangstelling voor kampeervakanties neemt af en die voor hotels groeit. Ook is er groei van plattelandstoerisme (Bed&breakfast).

Dagrecrecreatieve sector
Voor attractieparken en dierentuinen is beleving van groot belang. Bezoekers moeten het leven van alledag achter zich kunnen laten. Storytelling is een beproefd concept. Beleving en belevingseconomie wordt steeds belangrijker, mensen willen iets unieks beleven. Het gevolg is thematisering en "imagineering". Authenticiteit scoort.

Culturele sector
Financieel staat de culturele sector onder druk als gevolg van bezuinigingen bij Rijk, provincie en gemeenten, de sector is op zoek naar nieuwe bedrijfs- en verdienmodellen. Er is bijvoorbeeld sprake van intensivering, zoals de koppeling van bezoek aan tentoonstelling of voorstelling aan voor en nabeschouwingen of een diner. Informatisering is een trend die weinig toelichting nodig heeft: kaartverkoop via websites, digitalisering van voorstellingen en het gebruiken van interactieve presentaties op beeldscherm zijn hiervan voorbeelden.

Consumententrends
Consumenten willen echte belevingen, live en authentiek. Een bijzondere maar vooral onvergetelijke en betaalbare beleving of bestemming. Er ontstaan steeds meer burgerinitiatieven van individuen die zich verenigen om bedreigde zaken te behouden of nieuwe behoeften invulling te geven. Als mensen hun vrije tijd buitenshuis doorbrengen, willen ze dit graag samen doen. In een tijd van economische tegenspoed vinden mensen het steeds belangrijker om tijd, emoties en ervaringen met vrienden en familieleden te delen.
We willen niet langer meer, maar we willen beter. Er is meer aandacht voor de oorsprong van voedsel en gebruiksvoorwerpen en de burger heeft behoefte aan toegewijde makers, lokale productie en vakmanschap. Zo hebben bijvoorbeeld steeds meer restaurants een eigen tuin of kas. Er is al enkele jaren sprake van een verschuiving van de belevenis- naar de betekeniseconomie. Merken met emotie worden bedacht en er worden producten gemaakt door ondernemers met liefde en aandacht voor hun merk en product; en de betekenis en de waarde ervan voor de consument en de maatschappij.

Ondernemers kunnen in mindere mate bouwen op trouwe herhaalbezoekers. Consument kan of wil niet veel besteden, het profiteren van 'goede deals' wordt steeds belangrijker. Het imago van Brabant als gastvrije, Bourgondische en innovatieve provincie zorgt voor specifieke verwachtingen bij toeristen en dagrecreanten die Brabant bezoeken. De vrijetijdssector moet deze verwachtingen waar maken. Brabanders voelen zich thuis in hun provincie: 87% van de uitstapjes in Brabant wordt door Brabanders zelf ondernomen. Bij binnenlandse vakanties is dit een vijfde.

De wereld wordt daarbij steeds kleiner. De moderne mens kijkt steeds meer ook over de landsgrenzen heen, ook voor een vakantie. Dit houdt in dat Nederlandse bestemmingen steeds meer de concurrentie met de buitenlandse bestemmingen aan moeten gaan, maar ook dat het buitenland steeds meer als potentieel afzetgebied gezien mag worden.

Trends Vrijetijdssector – Consument - (Bron: Trendwatcher Goof Lukken, Vrijetijdskennis)

FusionTime: mix van vrijetijdsaanbod, vrije tijd en werk
Voor het eerst lijkt onze vrije tijd niet te dalen, maar is deze stabiel, aldus het Sociaal en Cultureel Planbureau. In 2014 mixen we onze vrije tijd steeds meer met werk en andere verplichtingen. WIFI is in onze vrije tijd onmisbaar geworden, net als de smartphone en tablet. Deze worden ook steeds vaker onderdeel van onze vrijetijdsbelevingen. Maar ook het aanbod mixt zich. Op campings zien we tegenwoordig een breed scala aan (luxe en/ of originele) verblijven en zelfs een overdekte speeltuin of attractie. Attractieparken ontwikkelen zich tot complete resorts en voor een concert kun je tegenwoordig ook naar de bioscoop. Via de livestream volg je bij jou om de hoek het optreden van jouw favoriete band. De opkomst van cruises laat zien dat we reizen, verblijven en vermaken in één

vakantie kunnen combineren. Ook reisorganisaties zien in dat de nieuwe consument een kameleon is, die van Fusion houdt. Door middel van dynamic packaging, ofwel meer maatwerk door middel van stapeling van producten (zoals reis, accommodatie en belevingen), volgen zij deze trend.

Share-connected
We willen in 2014 blijven delen. In onze vrije tijd gaat veel aandacht naar sociale contacten. We gaan steeds vaker met drie generaties (grootouders, kinderen en kleinkinderen) op vakantie of organiseren vrienden- en vriendinnendagen/ -weekenden. Ook zien we vaker dat vader en zoon of moeder en dochter hun gezamenlijke momenten beleven. Persoonlijke en eerlijke aandacht van de gastheer of gastvrouw van de accommodatie is leidend. Daarnaast delen we onze vrije tijd graag via sociale media met de rest van de wereld. Deze trend gaat echter ook over de opkomst van share-initiatieven, zoals AIRB&B, Wimdu en Houstrip.com waarbij een lager budget en het internet een rol spelen.

PuurNatuur
Onze interesse voor Puur en Natuur is logisch. In de huidige gedigitaliseerde maatschappij komt de 'oermens' weer in ons boven en zoeken we rust in de bossen en op het platteland. We willen steeds meer weten over de natuur, denk maar aan het succes van documentaires als Earth(flight) en De Nieuwe Wildernis. Dierentuinen blijven populaire attracties die met edutainment de mensen op een leuke manier iets leren. Ook onze eigen natuur en ons eigen land blijven populair. Natuur en landschap worden steeds beter ontsloten door de oprichting van Natuurpoorten. Wandelen en fietsen zijn immers onze nummer één dagjes uit. We koken graag met authentieke en ambachtelijke producten uit de directe omgeving. Ook onze gezondheid en levensstijl blijven belangrijk. Wellness in de breedste zin van het woord, zowel fysiek als mentaal, staat voorop.

Bijlage III: Aanbodanalyse

Hieronder is een overzicht te vinden van de vrijetijdsvoorzieningen van Valkenswaard (per domein, niet uitputtend).

Cultuur
Cultuurcentrum De Hofnar
Sigarenmakerijmuseum
Valkerij Museum
Nederlands Steendrukmuseum
Mercedes Museum Valkenswaard
De Kunstkeuken Galerie en Kunstkaffee
Rijtuigenmuseum Valkenswaard

Sport
Sport- en ontmoetingscentrum De Belleman
Workout Healthclub
Topsquash & Fit Valkenswaard
Partycentrum Bowling Valkenswaard
LaToja studio
Fitt Valkenswaard
Sportivalife Valkenswaard
Zwembad De Wedert (sportpark Den Dries)
Gymnastiekzaal Emmalaan (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzaal 't Gegraaf (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzalen (2) Haagstraat (met vouwwand) (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzaal van der Clusenstraat (de Smelen) (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzaal Groenstraat Dommelen (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzaal Hoefsmidwei Dommelen (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Gymnastiekzaal Dorpsstraat Borkel en Schaft (badminton, volleybal, handbal, basketbal)
Sporthal Amundsenstraat (volleybal, basketbal)
Golfbaan De Eindhovensche Golf (clubleden)
Valkenswaardse Golfclub (sportpark Den Dries)
Sportpark Den Dries (rugby, hockey, atletiek, tennis, hondensport, m.n. gericht op verenigingen)
De Dommelbron
Sporthal Dennenberg
Manege Kluizerheide (openbaar)
Manege Stal Tops
Manege Stal Opperheide
Sportpark Norbertusdreef (tennis, jeux de boules)
Siam gym (kick/thaiboksen)
Eurocircuit (Nederlandse Rallycrossvereniging & Motorsport Stichting Valkenswaard, Motorsportvereniging “Boemerang”, Toer en Wielerclub De Kempen, FCC Lion d’Or)

Openluchtrecreatie
circa 150 km aan wandelroutestructuur
Circa 50 km aan fietspadenstructuur
De Malpie
Voormalige viskweekvijvers
Hageven-Plateaux
Het Leenderbos
De Drie Bruggen

Horeca
Herberg de Taamvenhoeve
t Oude Wandelpark
Hoeveijs
Pannenkoekenhuis De Familie Suykerbuyck
Amici ijs & Lunch
Restaurant Bij de Valk
Café De Fantast
Café Willem II
Restaurant Du Commerce
Café zaal Lavrijssen
Lounge Café De Wereld
Restaria Den Haas
Restaurant d'Oliveira
Spaans Mexicaans restaurant Pincho's
Restaurant De Zwaan Borkel en schaft
Ijskaffee Koud
Restaurant Vida Pura
Chinees-Indisch restaurant China Garden
Restaurant Mama di Kookt
Restaurant Peking Osaka
Restaurant De Broertjes
Chinees-Indisch restaurant An-Fong / Kaze
Grieks restaurant Sirtaki Valkenswaard
Chinees restaurant Nieuw Bamboo Inn
Restaurant Etenswaard
Pizzeria Pisa
In de Swaen café
Bommel Partycentrum
Eetcafe Le Troubadour
Café De Bel
Café De Gouden Leeuw
Stadscafe De Senaat
Eetcafe De Sleutel
Eetcafe Zomerhof

Cafe Sisters
Guinnizz Music & Sport Pub
Bar Barcode
Café Jo d'n Urste
DitIsIt
Café De Dommelstroom
Eetcafe De Woeste Hoeve
Toeristenoord Venbergen
Brownies & Downies
Lugano-Mac Music Hall
Muziekbar en Eetcafe Old Dutch
Herberg Brouwerij St. Benedictusabdij de Achelse Kluis
B&N Eetcafe
Grand cafe Markt 14
Broodjesexpress
Cafetaria Het Gegraaf
Cafetaria Eethuis Het Brouwhuijs
Cafetaria Snackpoint D'n Erpel
Eethuis Cyprus
Lunchroom Bij Laura
Lokaal Uniek
Bakker Bart
Sushi restaurant Nagoya
Miss Coffee
Lunchkaffee Dots

Attracties
Kinderboerderij De Kleine Meer
Kinderboerderij Dommelen
Stap op de Stal varkenshouderij van Son
Speeltuin Geenhoven
Beestenbende indoor playground
Outdoor playground

Wellness
Jij en Jij Beautywellness
Health- and Sportsclub Valkencourt

Verblijf
Hotel De Valk
B&B van Dinter
De Bunker Creatief Centrum Valkenswaard
Bed&Breakfast de Merel
Mini Camping de Punder
Vakantiewoning Het Schobje
Onder de Linde Bed en Breakfast

Oostappen Vakantiepark Brugse Heide
Dommelvallei Feesterij, camping en Arrangementen
Minicamping 't Zwaluwnest
Bosherberg en hostel Harba Lorifa
Venweide
Hotel De Markt
Bed & Breakfast Brownies & Downies

Vermaak
De Vest Indoorkarting Valkenswaard
Inspiration Point

Outdoor
ROFRA Sportieve arrangementen
Puur! Buitensport & Kanoverhuur
Kano & Outdoor Centrum Valkenswaard

Bijlage IV: Verslag sessie Jongerenraad

Sessie Jongerenraad

Datum : maandag 30 maart 2015
Locatie : Belleman, Dommelen
Tijden : 19:30-21:00 uur
Aanwezig : 11 jongeren

Waar ben je trots op in Valkenswaard?

Borkel	: rust, ruimte, voetballen
3x Evenementen	: op Markt en Statie
5x Bloemencorso	: 2x actief vrijwilliger, met paplepel ingegoten
3x Kwalleballen	:
Ameezing	:
2x Carnaval	: veel activiteiten, ook voorafgaand aan Carnaval
Hemelse Sferen	: rondom Hemelvaart
Muziek	:
3x tienerdisco Whoopz, Dommelen	:
2x jongerencentra	: o.a. Pulse, bieden sociale plaats voor jongeren
Etenswaard	: lekker eten
2x Gezelligheid	:
Thuisgevoel	:
Saamhorigheidsgevoel	: iedereen kent elkaar
Outdoor-activiteiten	: badkuipvaren, bedrijven als ROFRA
Speelvoorzieningen	: opgeknapte speeltuintjes
RKVV Dommelen	: voetbal
3x SG Were Di	: wordt veel tegen pesten gedaan, goede school die gezin naar Valkenswaard trekt, biedt goed vestigingsklimaat, belangrijke school, Were Di Academy, sport, cultuur, uitwisselingen, internationaal, 5-landen ontmoeting
Vele basisscholen	:
Centrale ligging	: goede bereikbaarheid, ontsluiting
Bus 171 en 172	: bus weg uit Valkenswaard, goed openbaar vervoer
Bouwplaats i.p.v. vervallen panden	: naast de Nicolaaskerk, mooi zicht op de kerk
2x JOPO	: jongeren & politiek
Jongerenraad	:
3x Horeca/stappen/uitgaansgebied	: bekendheid buiten Valkenswaard bij m.n. 30+, diversiteit
Aandacht voor jongeren	: gezien de vergrijzing, 25% is 65+
Groen	: ook in het dorp
Malpie	: lekker fietsen
Cultuurhistorie	: m.n. in Borkel en Schaft
Cultuur	: Cultuurcentrum De Hofnar, weinig voorstellingen voor jongeren
Geschiedenis	:
Veelzijdigheid	:

Wat vind je leuk om te doen in het centrum (bebouwde kom Valkenswaard/Dommelen/Borkel en Schaft)?

Sportfaciliteiten	: buitenzwembad, atletiekbaan
3x Uitgaan/stappen	:
2x Terrasje pikken	:
2x Evenementen	: hoewel er te weinig reclame voor wordt gemaakt
2x Bloemencorso	:
Evenementen op de Statie	: Beachvolleybal, Sneeuwspektakel
2x Ameezing	:
Evenementen op de Markt	: Zomeravondfeesten, ondanks verminderde kwaliteit
Valkenswaard on Ice	: schaatsbaan én horeca
Pubquiz Willem II	:
Hofnar	: theater
2x Winkelen/shoppen	: die er nog zijn, Coolcat
Lekker zitten	: bijv. bij Bakker Bart buiten, er is altijd iets te doen
Rondhangen	: Wi-Fi in Valkenstaete
Eten	:
Domino's Pizza	:
Lunchen	:
IVN	: pad, boomstammen, kunstwerken

Wat vind je leuk om te doen in het buitengebied?

3x Centerparcs De Kempervennen	: geen Valkenswaard maar toch, shows kijken, zwemmen
2x Outdoor activiteiten	: ROFRA, 3x kanoën, solex rijden, Dafjes rijden
Terrasje pikken	: bij Venbergen of in Borkel en Schaft
bezoek ijshoeve	:
wandelen op de Malpie	:
Tot rust komen op de Malpie	:
Fietsen op de Malpie	:
wandelen met de hond	: op de Malpie en de Plateaux
Natuurpoort De Malpie	:
Tops	: paardensport, internationaal, bekend
paardrijden	:
3x Eurocircuit	: Dakar Pre-Proloog (De Nacht van de Dakar Pre-Proloog op de Markt was te commercieel, te veel RTL, geen Valkenswaardse bedrijven, kostte gemeente veel geld, veel ophef, stelde weinig voor) skeeleren op de wielrenbaan
Dichtbij België	:
Mountainbiken in de Malpie	:
Rijtuigenmuseum Valkenswaard	: geweldig wat daar te zien is

Wat mist Valkenswaard?

Winkels	: veel leegstand, m.n. in de Kerverij
Kroegen	: die gezellig zijn en waar geen ruzie is
2x Mc Donalds	: lekker eten, Eindhoven en Veldhoven zijn te ver weg
3x Bioscoop	:
Frisse friettent	: niet zo'n smerige, met losse tegels.
Grote feesten	: zoals in het Beursgebouw, Fris
Festivals	: zoals in België, bijv. Daydream in Lommel, waar je vanaf 16 jaar wel mag drinken
Veilige oversteekplaats Luikerweg	:
Busverbinding Kempervennen	: lijn 174 komt daar niet meer en er rijdt nu alleen een buurtbus, frequente busverbinding i.i.g. in de zomer
Bereikbaarheid met de auto	:
Een mooi, aantrekkelijk centrum	: niet grijs en lelijk zoals de Markt
Bomen op de Markt	:
Gezellige aankleding van de Markt	:
Hotels	:
Goedkope starterswoningen	:
Woningaanbod jongeren	: te hoge huurprijzen, te lange inschrijfduur
Gratis parkeren	:
Treinverbinding	: sneller in Eindhoven
Goede busverbinding	: naar omliggende dorpen en naar België
Goed wielrenbeleid	:

Hoe kan het centrum resp. het buitengebied aantrekkelijker gemaakt worden?

Strakker beleid kroegen	: zodat er minder ruzies zijn, gezelliger wordt
Beter onderhoud op de Malpie	:
Betere schoonmaak	: overal vuil
Handhaven op scooters/crossen	: zodat je lekker met je hond kunt wandelen op de Malpie
Toelaten van crossers op Eurocircuit	: bijv. 1x per maand
Geen onnodige bureaucratie	: minder regels, o.a. voor bedrijven, moeilijkheden die bijv. ROFRA en Rijtuigenmuseum Valkenswaard ondervonden hebben
Meer blauwe zones	:
Digitaal bord Markt	: niet te lezen, op nieuwe digitale borden tussendoor random filmpjes
Creativiteit in de leegstand	: kunst of iets anders, doe er iets mee, zoals bijv. Samenloop voor Hoop nu doet

Bijlage V: Verslag creatieve sessie met ondernemers in Valkenswaard