

A wide-angle photograph of a Venlo cityscape. In the foreground, a river flows with several white swans. A modern bridge with a glass railing spans the river. To the left, a cluster of boats is docked. In the background, a tall, dark, modern building stands out against a blue sky with scattered white clouds. A statue of a person is visible on the right bank of the river.

UITVOERINGSAGENDA VRIJETIJDSECONOMIE

**VAN VOLUME NAAR WAARDE IN DE VENLOSE VRIJETIJDSECONOMIE
2025-2028**

VOORWOORD

Onze regio is een plek om trots op te zijn. Een regio waar ondernemerschap en genieten hand in hand gaan, waar mensen samenkomen en waar het groen ons iedere dag inspireert. We hebben mooie dorpen, een levendige binnenstad en het rustgevende buitengebied. Dat samen maakt onze gemeente enorm aantrekkelijk. Hier is niet alleen ruimte om te werken en te ondernemen, maar ook om te ontspannen en te genieten van alles wat het leven mooier maakt.

Toerisme speelt hierin een belangrijke rol. Het is een stevige economische sector die kansen biedt voor ondernemers en werkgelegenheid, maar ook voor ontmoetingen en verbinding. Tegelijkertijd heeft toerisme impact op onze omgeving en leefbaarheid. Daarom willen we zorgvuldig omgaan met wat we hebben, en tegelijkertijd vooruitkijken.

Samen met ondernemers, inwoners en andere partners bouwen we verder aan onze gemeente als bestemming waar bezoekers zich welkom voelen en inwoners trots zijn om te wonen. We houden vast aan wat goed is: de charme van onze dorpen, de levendigheid van de binnenstad en de rust van het buitengebied.

Maar we kijken ook naar nieuwe mogelijkheden. Hoe kunnen we waterrecreatie versterken? Hoe verbinden we cultuur, erfgoed en mobiliteit op een manier die bijdraagt aan brede welvaart?

Met deze uitvoeringsagenda zetten we concrete stappen om de schoonheid van onze regio te behouden en verder te ontwikkelen. Dat doen we samen, met een gedeelde ambitie om onze regio nóg waardevoller te maken – voor vandaag én morgen.

Erwin Boom
Wethouder
Gemeente Venlo



SAMENVATTING

DE VRIJETIJDSECONOMIE ALS SPEERPUNTSECTOR...

Met recht is de vrijetijdseconomie één van de Venlose speerpuntsectoren. Deze speerpuntsector verdient een gerichte koers. De huidige toeristische visie stamt uit 2010. Daaruit voortvloeiend worden jaarlijks met het Toeristisch Recreatief ActieProgramma (TRAP) initiatieven in gang gezet, maar de samenhang tussen deze initiatieven ontbreekt grotendeels. Ook is niet altijd duidelijk waaraan inspanningen van gemeente en betrokkenen precies (moeten) bijdragen.

... MET EEN STRATEGISCHE KOERS GERICHT OP BESTEMMINGSONTWIKKELING

Met deze nieuwe Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028 wordt op strategisch niveau invulling gegeven aan de doorontwikkeling van de Venlose vrijetijdseconomie. De basis is goed en staat. Het is tijd voor de volgende stap in de ontwikkeling van Venlo als volwassen bestemming. Dit betekent vooral aandacht voor bestemmingsontwikkeling. Vanuit een gerichte strategie werken aan productontwikkeling en belevingswaarde, passend bij Venlo en haar kernwaarden.

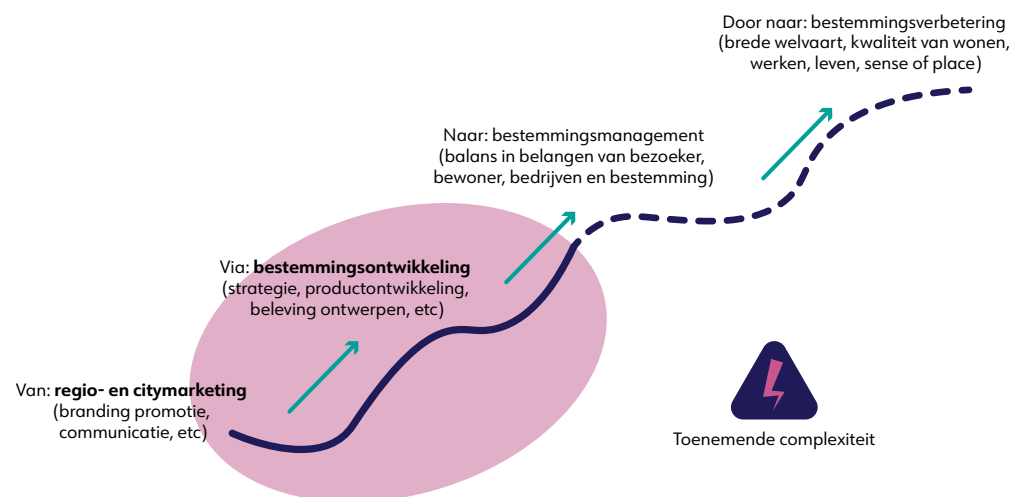
VIJF UITGANGSPUNTEN ALS BASIS VOOR DE UITVOERINGSAGENDA

Vanuit de bestaande (beleids)context en kijkend naar ontwikkelingen lokaal, regionaal en landelijk, vormen de volgende vijf uitgangspunten de basis voor de agenda:

1. **Toerisme als middel; 'van volume naar waarde'.** Naast economische waarde, voegt de vrijetijdseconomie ook maatschappelijke waarde en omgevingswaarde toe.
2. **Van focus op regio- en citymarketing naar focus op bestemmingsontwikkeling.** Dit betekent focus op de versterking van het toeristisch samengesteld product. Regio- en citymarketing blijft onverminderd belangrijk en volgt uit projecten, maar is als zodanig geen onderdeel van deze agenda.

3. **Kernwaarden uit citybrandingtraject als vertrekpunt.** Groen, Samen, Genieten, Ondernemend. Deze kernwaarden laden we door productontwikkeling.
4. **Uitgaan van bestaande kracht en doelgroepen.** Uitgangspunt is om het toeristisch product te verdiepen (aanbod verrijken) in plaats van te verbreden of nieuwe doelgroepen aan te boren. Eigen inwoners zijn daarbij ook een belangrijke doelgroep.
5. **Behoud van speerpuntgebieden: Arcen, Venlose binnenstad, Steyl.** Door investeringen hier te richten bieden we gebiedsgericht continuïteit en bouwen we voort op gedane inzet en behaalde successen. Binnen de bestemmingsbrede maatregelen wordt ook aanbod buiten de speerpunten bediend.

Op basis van deze uitgangspunten en de input vanuit stakeholders in het proces is een gezamenlijke ambitie geformuleerd. Deze is het kompas voor toekomstige ontwikkelingen



SAMENVATTING

AMBITIE: FAN VAN VENLO!

Centraal staat de verbreding van enkel economische waarde naar ook maatschappelijke en omgevingswaarde. Sleutel hiervoor is het creëren van fans - ambassadeurs voor Venlo – door bestaande doelgroepen beter binden met een goed toeristisch product. Een bestemming waar de basis op orde is en waar belevingswaarde en wow-ervaringen worden geboden. We maken dit meetbaar door de KPI 'herhalingsbezoek'.

Herhalingsbezoek leidt tot hogere bestedingen, meer spreiding en betere binding (en dus respect) voor een plek. Daarnaast vormt ambassadeurschap de ultieme vorm van marketing. Zelf vertellen hoe goed Venlo is, is krachtig. Maar als andere mensen dit voor je doen is dit nog veel krachtiger. Tenslotte sluit herhalingsbezoek naadloos aan bij een grote kracht van Venlo: terugkerende evenementen en structureel cultuur. Zij zorgen samen met de Maas en groene omgeving voor een aantrekkelijke (short-break)bestemming.

MEERVOUDIGE WAARDECREATIE DOOR DE VENLOSE VRIJETIJDECONOMIE

- We richten ons op het toevoegen van de volgende waarde(n) voor Venlo, vanuit de vrijetijdseconomie:
- Economische waarde: De vrijetijdseconomie leidt tot spreiding, hogere bestedingen én hogere waardering. Niet persé meer, maar juist trouwe bezoekers. Daarnaast levert het ook directe- en indirecte werkgelegenheid op (ook voor jongeren).
- Maatschappelijke waarde: De vrijetijdseconomie stimuleert cultuur, gezondheid en geluk. Het uitdragen van de kracht van creativiteit en cultureel vermogen van Venlo. En aanbod dat bijdraagt aan fysieke en/of mentale gezondheid.

- Omgevingswaarde: Versterkt de belevingswaarde van de groenblauwe omgeving. We laten onze natuurlijke en cultuurhistorische waarde schitteren in het Venloos vrijetijdslandschap en zetten in op het behouden en levendig houden van verhalen.

ZO GAAN WE DAT DOEN

Aan de hand van twee hoofdstrategieën en onderliggende acties werken we samen met betrokkenen aan deze ambitie:

1. **Bestemmingsbrede strategie:** gericht op het toeristisch totaalproduct Venlo, inclusief de Maas en het groene buitengebied.
2. **Gebiedsspecifieke strategie:** gericht op onze drie speerpuntgebieden Arcen, Venlo-binnenstad, Steyl.

VAN AGENDA NAAR UITVOERING MET JAARPLANNEN

Deze agenda biedt de koers voor de middellange termijn. Om tot uitvoering te komen wordt de agenda ieder jaar vertaald naar een jaarplan. In dit jaarplan staan acties die dat jaar worden uitgevoerd, wie daarvoor verantwoordelijk is en hoe de financiering geregeld is. Het kan ook zijn dat er gerichte opdrachten worden weggezet of dat andere beleids- en werkvelden (bijv. cultuur of verkeer) uitvoering geven aan (deel)acties.

OPTIMALISEREN VAN SAMENWERKING

Om tot uitvoering te komen, is het nodig dat de gemeente en alle betrokken partners in de vrijetijdseconomie zich krachtig(er) organiseren. Er is al een goede basis aanwezig en hier bouwen we op voort. We maken heldere afspraken rondom werkwijze, organisatieprincipes en monitoring. 2025 vormt daarbij een overgangsjaar. Vanuit een gemeentelijk voorstel qua organisatieprincipes en governancestructuur, gaan we het gesprek aan.

INHOUD

1. INLEIDING	6
2. VOORAF: CONTEXT EN UITGANGSPUNTEN	10
3A. UITVOERINGSAGENDA - AMBITIE	17
3B. UITVOERINGSAGENDA - STRATEGIE	23
3C. UITVOERINGSAGENDA 2025 - 2028	36
4. ORGANISATIE EN FINANCIËN	46



A photograph of two people riding bicycles on a dirt path through a lush green forest. The person in front is wearing a red vest, and the person behind is wearing a blue jacket. The path is dappled with sunlight and shadows from the surrounding trees. A dark blue banner with white text is overlaid on the image.

1. INLEIDING

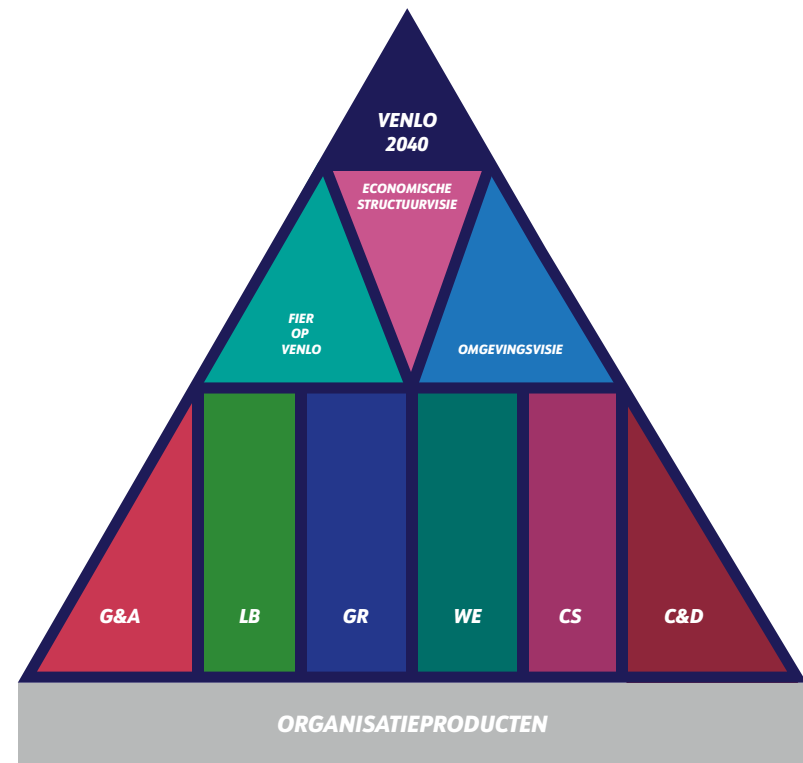
DAAROM DEZE UITVOERINGSAGENDA

DE VRIJETIJDSECONOMIE ALS SPEERPUNTSECTOR...

Met de strategische visie Venlo 2040 en de economische visie Venlo 2030 wordt een strategisch toekomstperspectief gegeven op de gemeentelijke en economische ambities en doelstellingen. Met recht is de vrijetijdseconomie (afgekort VTE) hierin één van de Venlose speerpuntsectoren.

De vrijetijdseconomie vormt de slingers in het leven voor onze inwoners en bezoekers. Samen op de 'Mert' op het terras, wandelen in het 'Jaomerdal', met de familie naar het Limburgs Museum, overnachten in één van de vele logiesaccommodaties, je verwonderen in Steyl, genieten van het goede leven in Arcen en op een bootje ontspannen op de Maas. De vrijetijdseconomie biedt levenskwaliteit, draagt bij aan gezondheid, zorgt voor bestedingen en banen (direct en indirect) en is afhankelijk van- en kan bijdragen aan kwaliteit van natuur. Het is ook van belang om jongeren en studenten te binden aan de stad. Naast wonen, is werk en vrijetijdsbesteding daarin erg belangrijk.

Deze speerpuntsector verdient een gerichte koers. De huidige toeristische visie stamt uit 2010. Voortvloeiend daaruit worden jaarlijks met het Toeristisch Recreatief ActieProgramma (TRAP) initiatieven in gang gezet, maar de samenhang tussen de initiatieven ontbreekt grotendeels. Ook is niet altijd duidelijk waaraan inspanningen van gemeente en betrokkenen precies (moeten) bijdragen. Met deze nieuwe Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028 wordt op strategisch niveau invulling gegeven aan de doorontwikkeling van de Venlose vrijetijdseconomie.



Figuur: Actieprogramma VTE 2025-2028

DAAROM DEZE UITVOERINGSAGENDA

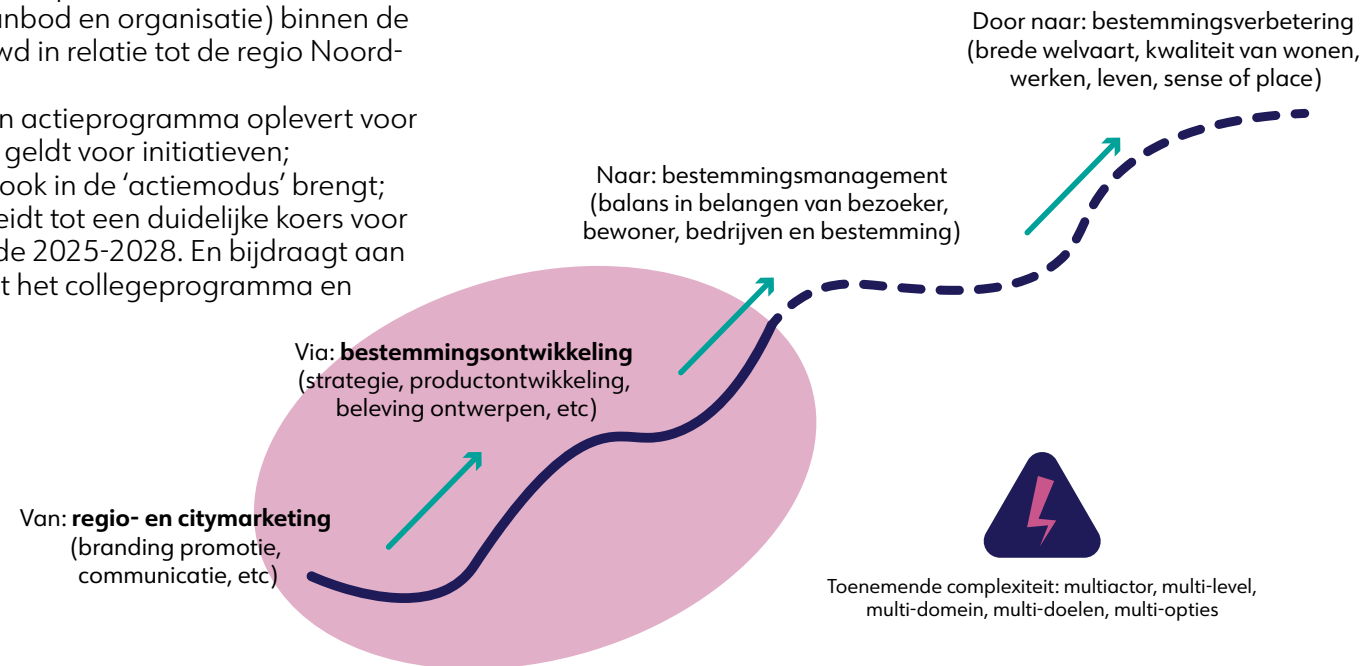
... MET EEN STRATEGISCHE KOERS GERICHT OP BESTEMMINGSONTWIKKELING

Doorontwikkeling van de vrijetijdseconomie betekent voor bestemming Venlo het verrijken en verdiepen van aanbod en belevingen, voor onze bezoekers en inwoners. De basis is goed, maar het potentieel wordt niet optimaal benut. Al met al, een actieprogramma dat:

- voortbouwt op de bestaande koers, maar deze wel waar nodig bijstelt op basis van nieuwe kaders en een veranderend tijdsgewricht;
- concreet en uitvoerbaar is en niet onnodig blijft hangen in 'hoog over' strategieën. Er worden gezamenlijk uit te voeren projecten geformuleerd;
- ingaat op het gehele samengestelde product van de vrijetijdseconomie (omgeving, aanbod en organisatie) binnen de gemeente Venlo, mede beschouwd in relatie tot de regio Noord-Limburg en provincie Limburg;
- een (zo breed mogelijk) gedragen actieprogramma oplevert voor de komende jaren en als kapstok geldt voor initiatieven;
- de sector nadrukkelijk betreft en ook in de 'actiemodus' brengt;
- ook binnen de gemeente intern leidt tot een duidelijke koers voor de vrijetijdseconomie in de periode 2025-2028. En bijdraagt aan de brede beleidsdoelstellingen uit het collegeprogramma en strategische visies.

STUREN OP BESTEMMINGSONTWIKKELING

In de fase bestemmingsontwikkeling verschuift de focus binnen de vrijetijdseconomie van Venlo van marketing naar strategisch beheer. Dit sluit aan bij de economische visie Van Volume naar Waarde, waarbij de nadruk ligt op kwaliteit en duurzame groei. Door nieuwe vrijetijdsconcepten te ontwikkelen en bezoekersstromen effectief te sturen, wordt de vrijetijdseconomie binnen de gemeente niet alleen aantrekkelijker, maar ook toekomstbestendiger. Samenwerking tussen ondernemers, overheid en andere stakeholders is hierin essentieel om Venlo te positioneren als een sterke, waardevolle bestemming binnen de vrijetijdseconomie.



Op basis van Hartman, Wielenga, Heslinga (2020) Journal of Tourism futures

ZO IS DEZE AGENDA TOT STAND GEKOMEN

TOTSTANDKOMING UITVOERINGSAGENDA

Er is in drie fases toegewerkt naar deze uitvoeringsagenda:

- 1. Waar staan we?** Aan de hand van deze analysefase is het fundament gelegd voor de uitvoeringsagenda. Wat zijn de beleidsmatige kaders? Wie zijn betrokken en moeten worden betrokken? Hoe staat de vrijetijdseconomie in Venlo er voor? Hoe kijken experts uit de praktijk én beleidsexperts vanuit andere domeinen aan tegen de toekomst van de vrijetijdseconomie in Venlo?
- 2. Wat wordt onze koers?** Met de gemeenteraad en een stakeholdergroep is bepaald waar de centrale ambitie zich op richt, waar we focus op willen leggen en aan welke bredere beleidsdoelen de sector kan en moet bijdragen. Vervolgens is aan de hand van gebiedstafels Venlo, Arcen en Steyl opgehaald wat er in de praktijk nodig is om invulling te geven aan onze ambitie en strategieën? Zowel in de stakeholdergroep als bij de gebiedstafels waren ook ondernemers en betrokkenen van buiten de speerpuntgebieden uitgenodigd en aanwezig. De agenda geldt namelijk voor heel gemeente Venlo. Op basis van deze fase is het toekomstbeeld en een concept-longlist voor de uitvoeringsagenda vastgesteld met betrokkenen
- 3. Wat gaan we daarvoor doen?** Vanuit het fundament uit de eerste fase en de actiegerichte bijeenkomsten in de tweede fase, zijn in de derde fase keuzes gemaakt. De stakeholdergroep had hierbij de belangrijkste strategische adviesfunctie. Daarnaast is de agenda getoetst door verschillende beleidsdisciplines die aan de vrijetijdseconomie raken, om tot een integrale koers te komen. Het eindresultaat is een gedragen Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028, opgesteld in co-creatie met externe partners en nadrukkelijk met een integrale insteek om bij te dragen aan de bredere opgaven van Venlo.

LEESWIJZER

Deze Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028 is als volgt opgebouwd:

Hoofdstuk 2 vormt de met de context en uitgangspunten de opmaat naar de uitvoeringsagenda

Hoofdstuk 3 bevat de kern van deze uitvoeringsagenda. Vanuit de centrale ambitie wordt aan de hand van een tweetal hoofdstrategieën de kapstok geboden voor de uitvoeringsagenda.

Hoofdstuk 4 biedt een voorstel voor de uitvoering van deze agenda. Hierin is de tweedeling gemaakt 'organisatie' (inclusief governancevoorstel) en 'financiën'

De bijlagen bevatten tenslotte de conclusies uit de evaluatienotitie, relevante beleidskaders, trends en ontwikkeling en een overzicht van de procesverantwoording.

TOELICHTING EVALUATIE (CONCLUSIES IN BIJLAGE)

De huidige toeristische visie dateert uit 2010. Het is een goed fundament gebleken voor de gemeente en sector om samen op te bouwen. Om nu samen de volgende stap te kunnen zetten in de bestemmingsontwikkeling van Venlo, is dit fundament tegen het licht gehouden. Aan de hand van de benoemde processtappen is een bondige evaluatienotitie opgesteld, waarvan de belangrijkste conclusies in bijlage 1 zijn opgenomen. De hoofdconclusie luidt: Geen scherpe koerswijziging, maar met meer wind in de zeilen en een beter samenwerkende bemanning richting Venlo als sterke toeristische short-break-bestemming.



2. VOORAF: CONTEXT EN UITGANGSPUNTEN

(EU)REGIONALE EN LOKALE CONTEXT

(EU)REGIONALE CONTEXT – VENLO ALS ONDERDEEL VAN DE REGIO

Deze uitvoeringsagenda staat niet op zichzelf. Venlo is onderdeel van Noord-Limburg en van de Euregio Rijn-Maas-Noord. Gasten bezoeken niet een gemeente, maar een gebied of bestemming. We houden daarom rekening met het (eu)regionale perspectief. Zo wordt met het Actieprogramma Vrijetijdseconomie Noord-Limburg invulling gegeven aan de regionale ambitie. Acties op regionaal en lokaal niveau kunnen elkaar versterken. Soms om aan te haken, zoals de Kansenkaart Waterrecreatie Noord-Limburg. Of andersom, wanneer Venlo koploper is in de regio.

VAN VOLUME NAAR WAARDE - VRIJETIJDSECONOMIE ALS SPEERPUNTSECTOR

In de Economische Visie Venlo 2030 en bijbehorende Ontwikkelagenda is de vrijetijdseconomie een speerpuntsector. Onderliggend adagium (strategische koerswijziging) is: 'van volume naar waarde'. Centraal staat het stimuleren van een economie die een hogere toegevoegde en maatschappelijke waarde biedt voor (nieuwe) inwoners van (de regio) Venlo. Deze koerswijziging wordt op sectorniveau doorvertaald in deze uitvoeringsagenda. Doel is om vrijetijdseconomie breder te verankeren en te verbinden met kansrijke ontwikkelingen op meerdere schaalniveaus. Hierbij kijken we verder dan de Duitse kooptoeerist. De kwaliteiten van Venlo bieden immers een breed scala aan bezoekmotieven en dito ontwikkelmogelijkheden.

Dit betekent ook dat er nadrukkelijk(er) is gekeken naar de verschillende programma's en beleidsdoelstellingen binnen de gemeente. Om hier op aan te sluiten en bij te dragen. In bijlage 2 is een overzicht van de belangrijkste beleidskaders opgenomen.



VRIJETIJDSECONOMIE ALS INTEGRAAL ONDERDEEL GEBIEDSONTWIKKELINGEN

Verschillende gebieden in Venlo zijn in ontwikkeling. Meer en meer worden deze ontwikkelingen integraal (dwars door verschillende beleidsdomeinen heen) in gang gezet. Denk hierbij aan Vierwaarden, Venlo Noord (Canon), Kazerneterrein, Keulse Barrière, Hoogwater-Beschermingsprogramma Waterschap en Plan Binnenstad. Het is belangrijk om vrijetijdseconomie in de planvorming van deze ontwikkelingen mee te wegen. Zo kan belevingswaarde worden meegewogen, zoals 'kunnen we een struinpad opnemen, als we toch bezig zijn bij deze natuurontwikkeling?'. Deze Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028 geeft handvaten om dit gesprek te voeren.

AFBAKENING VRIJETIJDSECONOMIE

HET TOERISTISCH SAMENGESTELD PRODUCT ALS DENKKADER

De vrijetijdseconomie is een samengestelde sector. Een goed verblijf, 's ochtends winkelen, in de middag een museumbezoek en in de avond een hapje eten en daarna misschien nog naar een leuk evenement. Een gast (inwoner of bezoeker) rijgt deze zaken moeiteloos aan elkaar tijdens een vrije dag of vakantie, maar het is in de praktijk een complex geheel. Om die complexiteit hanteerbaar te maken onderscheiden we drie onderdelen, die samen het toeristisch samengesteld product van een bestemming vormen:

- Omgeving: het oorspronkelijke product waarin mensen recreëren. Zoals het landschap met de kernen, natuur, infrastructuur en cultuurhistorisch aanbod.
- Accommodaties (dagrecreatie en verblijfsrecreatie): zij zorgen voor een gastvrij verblijf en activiteiten. Denk aan musea, groepsactiviteiten, klimmen, karten, attracties evenementen met bovenlokaal bereik, hotels, vakantieparken, campings of B&B's.
- Organisatie-actoren en -factoren (software): zorgen ervoor dat mensen activiteiten kunnen vinden en dat aanbod fysiek en digitaal ontsloten is. Ook samenwerking in de sector valt onder organisatie.

Deze drie onderdelen zijn afhankelijk van elkaar, want ze vormen een organische eenheid voor gasten. Sturing hierop versterkt het totaalproduct van de bestemming. Het toeristisch-samengesteld product vormt daarom een bruikbaar denkkader gedurende dit proces. In bijlage 1 is zijn de hoofdconclusies uit de evaluatie opgenomen, aan de hand van dit denkkader.

Ondersteunend aan dit samengestelde product zijn restaurants en cafés, recreatief winkelen en lokale evenementen. Zij dragen zeker bij aan het totaalproduct, maar vallen niet binnen de afbakening van het toeristisch samengesteld product. En behoren dus niet primair tot deze uitvoeringsagenda. Hier wordt vanuit andere beleidsagenda's al sturing aan wordt gegeven (zoals horeca- en detailhandelsbeleid, vastgoedstrategie, evenementenvisie of gebiedsgericht via het Plan Binnenstad 2030).



Figuur: Toeristisch samengesteld product (Ginder 2025)

TOEGEVOEGDE WAARDE VAN DE VRIJETIJDSECONOMIE

TOEGEVOEGDE WAARDE VAN DE VRIJETIJDSECONOMIE

De vrijetijdseconomie draagt op verschillende manieren bij aan de Venlose maatschappij, omgeving en economie. Samengevat geldt:

Maatschappelijke waarde

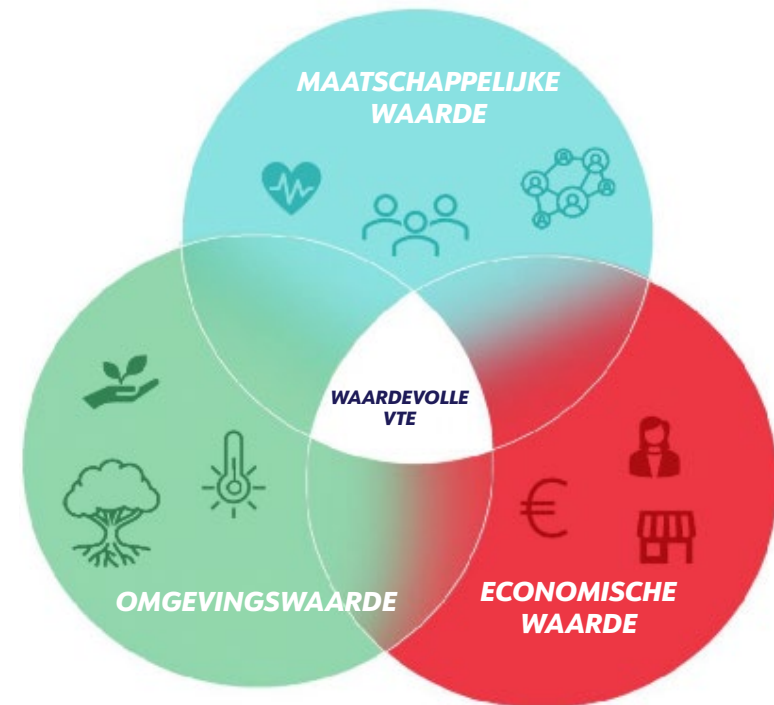
De vrijetijdseconomie biedt mensen zingeving, (mentale) gezondheid, verbinding, levenskwaliteit en welzijn. Het zorgt ook voor 'Lol en plezier'. Het voorzieningenniveau draagt bij aan de leefbaarheid voor huidige en nieuwe inwoners van Venlo. De verschillende activiteiten verbinden mensen en geven glans aan het leven. En daarmee versterken ze ook de brede welvaart.

Omgevingswaarde

De vrijetijdseconomie kan niet zonder een gezonde en aantrekkelijke natuurlijke omgeving. Hier zit een interessante spanning op tussen de intrinsieke waarde versus instrumentele waarde van natuur. De vrijetijdseconomie is erbij gebaat om de natuur zo goed mogelijk over te dragen naar volgende generaties. Daarnaast kan de sector bijdragen aan het reduceren van negatieve impact op de omgeving. Bijvoorbeeld door bescherming, het toevoegen van beplanting of waterbuffers, circulair en natuurinclusief ontwikkelen. Bewoners en bezoekers staan tijdens vrije tijd meer open voor nieuwe inzichten en de vrijetijdseconomie vormt een uitgelezen sector om meer bewustzijn te creëren rondom ecologische waarde en impact. Daarnaast zorgt natuurbeleving voor geluk en gezondheid.

Economische waarde

De vrijetijdseconomie is een stuwende economische sector voor Venlo. De sector zorgt voor circa 4.000-5.000 directe banen en meer dan 1,2 miljoen overnachtingen. Hier hangen veel indirecte banen aan vast. En zorgt € 1,- logiesbesteding voor €1,50-€3,00 besteding in omgeving aan horeca, detailhandel, cultuur, dagrecreatie etc.*. De sector is met recht dus een speerpuntsector in Venlo, gezien het belang in de lokale economie.



Figuur: Meervoudige waardecreatie vrijetijdseconomie (Ginder, 2025)

* Periodiek wordt op regionaal niveau de monitor vrijetijdseconomie uitgevoerd (de vorige vond plaats in 2017). Omdat deze monitor gedetailleerd inzicht geeft in de economische impact van vrijetijdseconomie voor Venlo, is er voor gekozen om nu enkel een inschatting te geven op basis van recente data.

DOELGROEPEN EN KERNWAARDEN

UITGAAN VAN BESTAANDE KRACHT EN DOELGROEPEN

Iedereen recreëert. Van jong tot oud, van arm tot rijk, van traditioneel tot modern en van echte Venlonaar tot gasten die voor het eerst kennismaken met Venlo. Toch zijn er een aantal accenten binnen de doelgroepen, welke ook meteen kansrijk zijn voor Venlo nu en in de toekomst: de inwoner van Venlo en de regio; de verblijfgast (ook in de omliggende gemeenten); de Duitse dagtoerist en tenslotte de zakelijke markt.

Het aanbod in Venlo sluit goed aan bij deze doelgroepen en de Venlose kernwaarden (samen, genieten, groen en ondernemend). Uitgangspunt is om het toeristisch product te verdiepen voor de doelgroepen die er al zijn, in plaats van te verbreden of nieuwe doelgroepen aan te boren. Om zo bestaande doelgroepen beter te binden. Eigen inwoners vormen hierbij ook een belangrijke doelgroep, immers circa 60-70% van de dagrecreatieve activiteiten vindt plaats in eigen omgeving. Specifiek liggen er bestemmingsbrede kansen om aanbod te ontwikkelen voor kinderen (0-12 jaar), jongeren (12-20 jaar), vreugdevolle senioren (55+) en de zakelijke gast.

KERNWAARDEN UIT CITYBRANDING LEIDEND

Anno 2025 neemt Venlo door de profilering scherp te stellen een volgende stap naar een volwassen 100.000+ gemeente. Dit zorgt voor een positiever wij-gevoel onder inwoners en ondernemers en een sterkere aantrekkingskracht. De merkwaarden ondernemend, genieten, samen en groen zijn uit het citybrandingproces naar voren gekomen als typerend en onderscheidend voor Venlo.

Deze Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie Venlo 2025-2028 richt zich niet op branding en citymarketing van Venlo, maar primair op bestemmingsontwikkeling van Venlo. Vanuit deze agenda is nagedacht over de aansluiting op de kernwaarden, zodat de inwoner en bezoeker deze ook daadwerkelijk ervaart op bestemming Venlo.



**“SAMEN
ONDERNEMEND
GROEN
GENIETEN”**

- Kernwaarden Citybranding

SPEERPUNTGEBIEDEN

In de toeristische visie uit 2010 zijn voor de toeristische ontwikkeling en positionering van de gemeente drie speerpuntgebieden onderscheiden: Arcen, Venlose binnenstad en Steyl. De drie speerpuntgebieden worden verbonden door de Maas en het groene buitengebied, welke eveneens toeristische ontwikkelpotentie hebben.

BEHOUDEN VAN FOCUS OP SPEERPUNTGEBIEDEN...

Gedurende het proces om tot deze uitvoeringsagenda te komen, is de kritische vraag gesteld in hoeverre we willen vasthouden aan deze toeristische speerpunten. Dit heeft geleid tot de keuze om te blijven focussen op de speerpuntgebieden, vanwege:

Sterke en herkenbare profielen. Elk speerpuntgebied heeft een duidelijk en aantrekkelijk profiel dat bezoekers aantrekt. Samen versterken deze gebieden elkaar.

Volwassen samenwerkingsstructuren. In de gebieden zijn door de investeringen in het verleden de afgelopen jaren volwassen samenwerkingen ontstaan. Dit zorgt voor slagkracht. Het is logisch om hier op voort te bouwen.

Excelleren op bestaande kracht. Door te investeren in wat al goed is (clusteren van acties in plaats van investeringen verspreiden) ontstaat een 1+1=3 effect. Daarnaast geldt dat successen in de speerpuntgebieden een positief effect hebben op de omliggende gebieden. Als het regent in de speerpuntgebieden, drupt het in de omgeving.

... EN BESTEMMINGSBREED WERKEN AAN VERBINDING MET DE MAAS, HET GROENE BUITENGEBIED EN DOORONTWIKKELING VAN BESTAAND AANBOD.

We benutten de kracht van het bestaande ondernemerschap. Initiatieven die buiten de speerpuntgebieden en dus de toeristische hoofdinfrastructuur vallen, verdienen om die reden ook zeker aandacht. Verbeterpunten en acties voor deze gebieden richten zich vooral op het buitengebied en de verbinding met de Maas. Ze worden daarom integraal opgenomen in een bestemmingsbrede strategie.

Dit geldt ook voor het bestaande aanbod buiten de speerpuntgebieden. Dat aanbod verbinden we met de speerpuntgebieden en bieden we binnen grenzen mogelijkheden om door te ontwikkelen. We zijn echter terughoudend met nieuwe solitaire locaties en grootschalige/intensieve ontwikkelingen buiten de speerpuntgebieden. Ontwikkelingen moeten passen bij het verhaal van de plek.



SAMENGEVAT: UITGANGSPUNTEN UITVOERINGSAGENDA

Voorgaand leidt samengevat tot de volgende vijf uitgangspunten voor de uitvoeringsagenda:

1. **Toerisme als middel; 'van volume naar waarde'.** Naast economische waarde, voegt de vrijetijdseconomie ook maatschappelijke waarde en omgevingswaarde toe.
2. **Van focus op regio- en citymarketing naar focus op bestemmingsontwikkeling.** Dit betekent focus op de versterking van het toeristisch samengesteld product. Regio- en citymarketing blijft onverminderd belangrijk en volgt uit projecten, maar maken geen onderdeel uit van deze agenda die inzet op bestemmingsontwikkeling.
3. **Kernwaarden uit citybrandingtraject als vertrekpunt.** Groen, Samen, Genieten, Ondernemend. Dit laden we door productontwikkeling.
4. **Uitgaan van bestaande kracht en doelgroepen.** Uitgangspunt is om het toeristisch product te verdiepen (aanbod verrijken) in plaats van te verbreden of nieuwe doelgroepen aan te boren. Eigen inwoners zijn daarbij ook een belangrijke doelgroep.
5. **Behoud van speerpuntgebieden: Arcen, Venlose binnenstad, Steyl.** Door investeringen hier te richten bieden we gebiedsgericht continuïteit en bouwen we voort op gedane inzet en behaalde successen. Binnen de bestemmingsbrede maatregelen wordt ook aanbod buiten de speerpunten bediend.



The image is a composite of two photographs. The top photograph shows a large, historic church with two prominent, dark-roofed spires topped with golden crosses. The church is constructed from reddish-brown brick and is partially obscured by lush green trees. To the right of the church, another building with a crenellated roof is visible. The sky is blue with scattered white clouds. The bottom photograph shows a wide river with greenish water. A white ferry boat, carrying several bicycles, is docked at a grassy bank on the right. A few people are standing on the bank near the ferry. The overall scene is bright and sunny.

3A. UITVOERINGSAGENDA - AMBITIE

INLEIDING

GEZAMENLIJKE AMBITIE BIEDT KOERS

Aan de hand van onze ambitie beantwoorden we de vraag 'wat wordt onze koers' vanuit de vrijetijdseconomie. Deze ambitie is het resultaat van voorgaande vijf uitgangspunten en de input vanuit stakeholders in het proces. Het biedt een kompas voor toekomstige ontwikkelingen.

AMBITIE: FAN VAN VENLO!

Centraal hierin staat de shift van volume naar waarde(n): van enkel economische waarde naar ook maatschappelijke en omgevingswaarde. Sleutel hiervoor is het creëren van fans, ambassadeurs voor Venlo. Dat doen we door bestaande doelgroepen beter te binden met een goed toeristisch product, waar de basis op orde is en waar belevingswaarde en wow-ervaringen worden geboden. Meetbaar te maken door de KPI 'herhalingsbezoek'.

Het creëren van fans (ambassadeurs) is gewenst omdat:

- Herhalingsbezoek zorgt voor een hogere besteding per bezoeker
- Herhalingsbezoek zorgt voor meer spreiding in tijd en aanbod: niet alleen de highlights, maar ook buiten de gebaande paden en het hoogseizoen.
- Herhalingsbezoek leidt tot stevige aanbodontwikkeling per doelgroep. Hiermee ontstaat een aantrekkelijke aanbod voor Venlo als short-break bestemming.
- Ambassadeurschap is de ultieme vorm van marketing. Zelf vertellen hoe goed je kunt genieten in Venlo is krachtig, maar als andere mensen dit voor je doen is het nog veel krachtiger.
- Het voor binding met een plek zorgt en daarmee een grotere betrokkenheid met en respect voor de omgeving.
- Het goed aansluit bij de kernwaarden en ambitie uit de merkstrategie citybranding: In Venlo 'ervaar je de kunst van het leven vieren'.

MEERVOUDIGE WAARDECREATIE DOOR DE VENLOSE VRIJETIJDSECONOMIE

We richten ons op het toevoegen van de volgende waarde(n) voor Venlo, vanuit de vrijetijdseconomie:

- Economische waarde
- Maatschappelijke waarde
- Omgevingswaarde

Op de volgende pagina's is per waarde nader toegelicht waar we ons specifiek op richten (om te zetten in KPI's).

ZO GAAN WE DAT DOEN

Aan de hand van twee hoofdstrategieën en onderliggende acties werken we samen met betrokkenen aan deze ambitie:

1. **Bestemmingsbrede strategie:** gericht op het toeristisch totaalproduct Venlo, inclusief de Maas en het groene buitengebied.
2. **Gebiedsspecifieke strategie:** gericht op onze drie speerpuntgebieden Arcen, Venlose binnenstad en Steyl.

Deze zijn in de paragraaf '3B – Strategie' en '3C – Acties' verder uitgewerkt.

AMBITIE

VAN VOLUME NAAR WAARDE IN DE VENLOSE VRIJETIJDSECONOMIE: FAN VAN VENLO!

Leidt tot spreiding,
hogere bestedingen én
hogere waardering



ECONOMISCHE WAARDE

Stimuleert
cultuur en gezondheid



MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

Versterkt
belevingswaarde
van onze groene en
levendige omgeving



OMGEVINGSWAARDE

AMBITIE EN DOELSTELLINGEN: WAT WILLEN WE BEREIKEN?

DOELSTELLINGEN (WELKE WAARDE WILLEN WE TOEVOEGEN):

ECONOMISCHE WAARDE: LEIDT TOT SPREIDING, HOGERE BESTEDINGEN ÉN HOGERE WAARDERING

Niet persé meer, maar juist trouwe bezoekers. Dit betekent dat we streven naar:

- **Spreading in tijd en ruimte.** Met name in het schouder- en laagseizoen zit de grootste potentie (Venlo heeft veel jaarrond aanbod) én dit zorgt voor het behouden van balans tussen pieken in het hoogseizoen en ruimte in laagseizoen. Daarnaast zorgt herhaalbezoek ervoor dat gasten ook aanbod buiten de toeristische hoofdstructuur bezoeken en combinatiebezoek tussen gebieden plaatsvindt.
- **Hogere bestedingen.** Gasten die terugkomen besteden meer omdat ze meer binding ervaren. Herhaalbezoekers kennen de bestemming en richten zich op meer diepgaandere of exclusievere ervaringen. Daarnaast biedt deze doelstelling haakjes voor ondernemersacties (pakketdeals, loyalty programma's etc.). Doelgroep die bijzonder kan bijdragen aan deze waarde zijn vreugdevolle senioren (niet gebonden aan schoolvakanties en de zakelijke markt) en inwoners van de regio (iets nieuws proberen in de regio).
- **Hogere waardering van aanbod.** Dit wordt bereikt door kwaliteit in aanbod. Kwaliteit is echter een breed begrip. We vinden excellent in elk segment (van eenvoudig tot exclusief) belangrijk. Aanbieden van kwaliteit betekent dat het aanbod net iets beter is dan elders. Centraal staat het werken aan een hogere gastwaardering.
- **Denkbare monitoring aan de hand van:**
 - Herhalingsbezoek;
 - Cijfer inwoner 'trots op' ;
 - Toename bestedingen in schouder- en laagseizoen;
 - Toename in besteding per bezoeker.



AMBITIE EN DOELSTELLINGEN: WAT WILLEN WE BEREIKEN?

MAATSCHAPPELIJKE WAARDE: STIMULEERT CULTUUR EN GEZONDHEID.

Dit betekent dat we streven naar...

- **Betekenisvolle en herkenbare cultuur:** Het uitdragen van de kracht van creativiteit en cultureel vermogen. Dit sluit aan op een grote kracht van Venlo: musea en galerijen, erfgoedlocaties en monumenten, podiumkunsten, evenementen en festivals, culinaire cultuur, ambachten, cultuurmakers/amateurkunst. Daarnaast biedt de sector bij uitstek mogelijkheden om het verenigingsleven te stimuleren (zoals repetitieruimtes, vrijwilligerswerk bij evenementen, uitdragen cultuur zoals vastelaovend etc.). Doelgroepen die in het bijzonder kunnen bijdragen aan deze waarde zijn: cultuurminnende vreugdevolle senioren (zowel regio als bezoeker) én jeugd (tot 12 jaar).
- **Bijdrage aan gezondheid (VenloFit!):** We zorgen voor recreatieve infrastructuur en activiteiten die uitnodigen tot bewegen (wandelen en fietspaden en sportevenementen). En aanbod dat uitnodigt tot mentale gezondheid (zoals bezinning, culturele ervaringen, persoonlijke groei en ontwikkeling). Doelgroep die in het bijzonder kan bijdragen aan deze waarde zijn: (actieve) jeugd / studenten (12-20), vreugdevolle senioren die graag bewegen en inwoners/ bezoekers uit eigen regio.
- **Denkbare monitoring aan de hand van:**
 - Aantal culturele evenementen per jaar;
 - Betrokken cultuurmakers;
 - Aantal bezoekers musea en galerijen;
 - Aanbod wandel- of fietsroutes;
 - Toename aantal (deelnemers) sportevenementen.

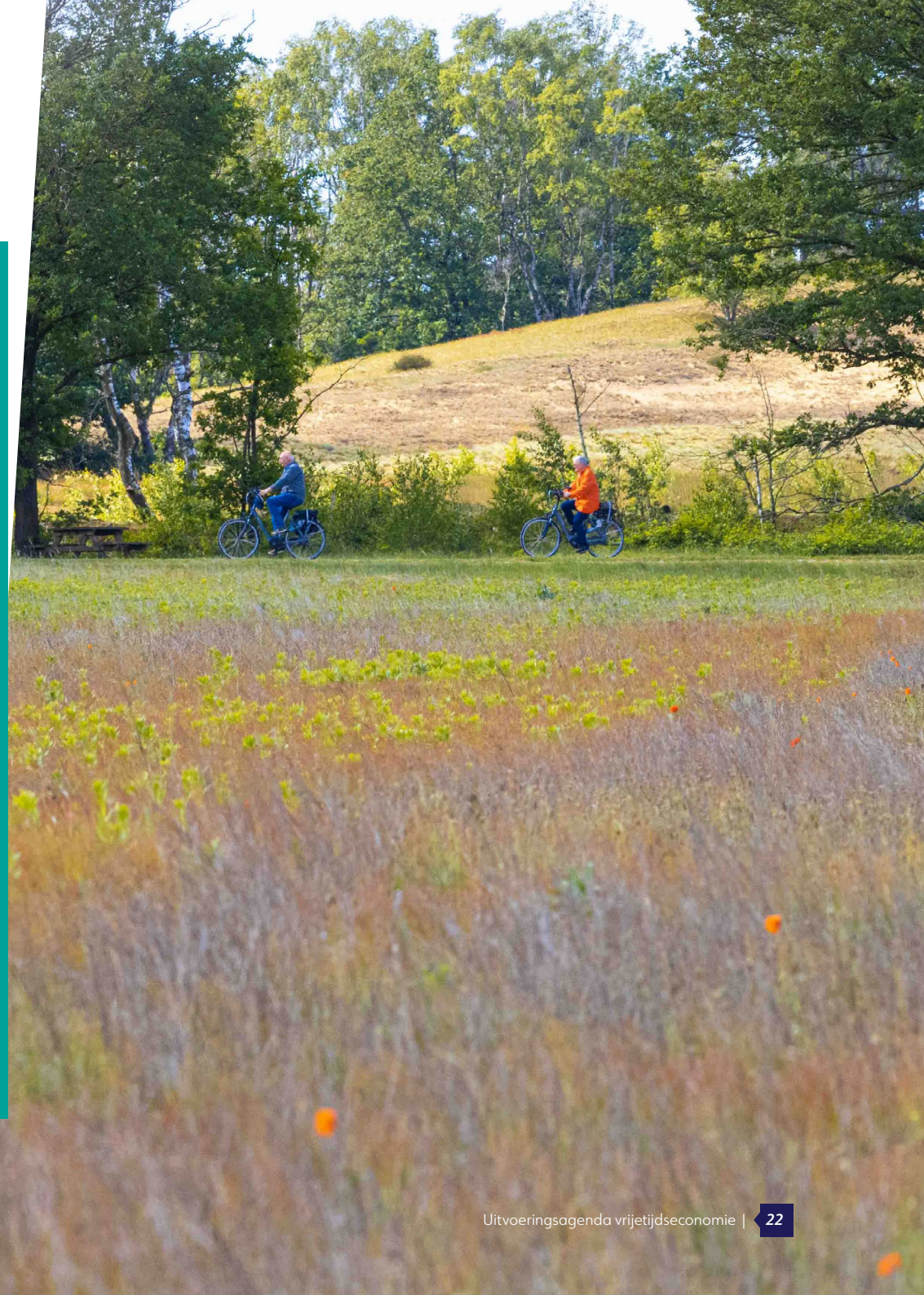


AMBITIE EN DOELSTELLINGEN: WAT WILLEN WE BEREIKEN?

OMGEVINGSWAARDE: VERSTERKT BELEVINGSWAARDE VAN ONZE GROENE EN LEVENDIGE OMGEVING

We laten onze natuurlijke en cultuurhistorische waarde schitteren in het Venloos vrijetijdslandschap. Dit betekent dat we streven naar:

- **Schitterende Maas en natuur (kwaliteit en beleefbaarheid).** Concreet richten we ons op het verbeteren van de beleefbaarheid van de Maas en van het groene landschap. Dit doen we door het onderhouden, ontsluiten en beleefbaar maken van gebieden rondom de Maas en het buitengebied. We stimuleren passende waterrecreatie en werken samen met natuurorganisaties om de biodiversiteit te behouden en te versterken.
- **Schitterende cultuurhistorie (bebouwd en onbebouwd).** De Venlose cultuurhistorie brengt unieke kwaliteiten en dit willen we beleefbaar maken. Denk aan nieuwe functies in historische gebouwen, het organiseren van evenementen rondom historische locaties of het vertellen van lokale verhalen.
- **Schitterende openbare ruimte; zeker in de speerpuntgebieden, de Maas en het groene landschap.** Concreet houdt dit in dat we werken aan openbare ruimtes die uitnodigen tot ontmoeting, beleving en trots. Denk aan het aantrekkelijk maken van waterfronten, schone en toegankelijke binnenstad en prettige rustpunten.
- **Monitoring is lastiger op meetbare doelstellingen.** Daarom integreren we deze doelstellingen in bestaande of te ontwikkelen methoden of producten, zoals inwonertevredenheid, erfgoedroutes en continu overleg met natuurorganisaties of beheerders van cultureel erfgoed.





3B. UITVOERINGSAGENDA - STRATEGIE



IN VENLO HOUDEN WE VAN DOEN

IN VENLO HOUDEN WE VAN DOEN...

We leggen de lat hoog en gaan met de sector aan de hand van twee hoofdstrategieën aan de slag:

1. Bestemmingsbrede strategie: gericht op het toeristisch totaalproduct Venlo
2. Gebiedsspecifieke strategie: gericht op de inhoudelijke koers van onze drie speerpuntgebieden Arcen, Venlose binnenstad, Steyl.

In dit hoofdstuk wordt per strategie aangegeven wat de inhoudelijke focus is en hoe we dit willen bereiken. Vanzelfsprekend zit hier per onderdeel een nadrukkelijke koppeling met de overkoepelende doelstellingen. Op de volgende pagina is deze visueel weergegeven, waarna iedere strategie wordt toegelicht.

... DAAROM WERKEN WE ACTIEGERICHT SAMEN

Vervolgens is bepaald welke acties moeten worden ingezet om resultaat te boeken. Deze staan samengevat opgenomen in paragraaf 3C. Voor sommige acties geldt dat er al een helder beeld is van het gewenste eindpunt. Voor sommige acties geldt dat voorsnog de eerste stappen bekend zijn en de toekomst uit moet wijzen wat vervolgstappen zijn. Het is onvermijdelijk dat er verschillende tempo's worden gevoerd binnen de strategieën. Processen kunnen vertragen, nieuwe ontwikkelingen kunnen tot versnellingen leiden, of we vinden samen een snellere weg naar de ambitie. Dit vinden we prima, zolang het gedeeld belang en het einddoel niet uit het oog wordt verloren: meervoudige waardecreatie door herhalingsbezoek.

NIET ALLES KAN VANDAAG: IDEEËNLIJST

Goede ideeën verdienen aandacht. Tijdens het proces zijn talloze waardevolle acties en ideeën opgehaald. Sommige waren al concreet en uitvoerbaar, anderen waren nog in een vroeg stadium of gericht op de lange termijn. Focus is echter belangrijk voor de uitvoeringsagenda. Bij het maken van keuzes voor de agenda is scherp gekeken naar haalbaarheid, de mate van concreetheid en vooral naar de mate van bijdrage aan de overkoepelende ambitie.

Toch willen we de opgedane (goede) ideeën niet verloren laten gaan. Daarom zijn deze gebundeld in bijlage 5: een inspiratiebron voor initiatiefnemers die in de toekomst aan de slag willen met nieuwe plannen en ambities.



AMBITIE

DOELSTELLINGEN

FAN VAN VENLO

Economische waarde:

Leidt tot spreiding, hogere bestedingen en hogere waardering

Maatschappelijke waarde:

Stimuleert cultuur en gezondheid

Omgevingswaarde:

Versterkt de belevingswaarde van onze groene en levendige omgeving

2 hoofdstrategieën (bestemmingsbreed en gebiedsspecifiek)

Bestemmingsbrede strategie: We versterken ons toeristisch samengesteld product door te richten op Maas- en natuurbeleving, jaarronde bezoekmotieven en uitstekende samenwerking

Omgeving

Maas en natuurbeleving door de basis op orde en belevingswaarde toe te voegen

Aanbod

Jaarronde bezoekmotieven door verdiepen aanbod met hoge kwaliteit en maatschappelijke missie (cultuur, gezondheid)

Organisatie

Uitstekende samenwerking door uitvoeringskracht, netwerkvorming en inzicht centraal te stellen

Gebiedsspecifieke strategie: In onze drie speerpuntgebieden brengen we de basis op orde, voegen we beleving toe en creëren we wow-ervaringen

Venlose binnenstad

Stedelijk hart van Noord-Limburg voor ontmoeting, cultuur(historie) en maasbeleving

Arcen

Heerlijke omgeving waar verborgen verhalen tot leven komen

Steyl

Steyl inspireert: leren, reflecteren, uiten

BESTEMMINGSBREDE STRATEGIE

STRATEGIE: WE VERSTERKEN ONS TOERISTISCH SAMENGESTELD PRODUCT DOOR TE RICHTEN OP MAAS- EN NATUURBELEVING, JAARRONDE BEZOEKMOTIEVEN EN UITSTEKENDE SAMENWERKING

Op deze manier werken we gericht aan de versterking van het toeristisch totaalproduct Venlo. Ieder onderdeel van het totaalproduct verdient de volle aandacht. Afhankelijk van de opgave en kansen in ieder onderdeel, is gekozen voor de volgende inhoudelijke focus:

Maas- en natuurbeleving door de basis op orde en belevingswaarde toe te voegen

Maas- en natuurbeleving vormt topprioriteit. Het is een belangrijk bezoektief, zorgt voor een eerste indruk. Venlo heeft krachtige omgevingskwaliteit, maar deze wordt niet optimaal benut. Dit willen we bereiken door:

1. **Basis op orde** een aantrekkelijk en toegankelijk aanbod aan recreatieve routes die goed onderhouden en goed ontsloten zijn.
2. **Belevingswaarde toevoegen** gaat over de mogelijkheid om de Maas en natuur daadwerkelijk te beleven. Met andere woorden: zichtbaar en leesbaar in een gastvrije en verrassende omgeving. Voorzieningen zoals bankjes en picknickplekken (en goede regulering van voorzieningen) zorgen voor beleving op bijvoorbeeld fiets- en wandelroutes door de Maasdorpen, uitkijkpunten in/bij natuurgebieden en cultuurhistorische pleisterplaatsen.

Jaarronde bezoektiefen door verdiepen aanbod met hoge kwaliteit excellent in elk segment) en maatschappelijke missie (cultuur, gezondheid). Jaarronde bezoektiefen leiden tot een bredere periode voor ondernemers om inkomsten te genereren. En daarmee een hoger investerings- en vernieuwingsvermogen. Venlo is hier al sterk in qua aanbod. Zaak is om nieuwe bezoektiefen te creëren, waarbij de grootste kans in evenementen en cultuur zit.

Dit willen we bereiken door:

1. **Verdiepen aanbod met hoge kwaliteit** zorgt voor hogere gastwaardering.
2. **Verdiepen aanbod met maatschappelijke missie** (cultuur en gezondheid). Interessant voor de eigen inwoner en draagt bij aan de bredere doelstellingen en waarden van de gemeente.

Uitstekende samenwerking door uitvoeringskracht, netwerkvorming en inzicht centraal te stellen.

Uitstekende samenwerking is nodig, omdat de vrijetijdseconomie zich niet automatisch organiseert. Terwijl dit wel belangrijk is om een totaalbeleving te bieden. Bij een volwassen bestemming, past een volwassen samenwerking. Waarbij tegelijkertijd de belangrijke rol van vrijwilligers(organisaties) optimaal benut en versterkt wordt. Dit willen we bereiken door:

1. **Uitvoeringskracht** gaat over duidelijke rolverdeling (tussen gemeente en partners) en regie
2. **Netwerkvorming** gaat over organisatiekracht en koplopers in positie brengen
3. **Inzicht** gaat over betrouwbare en actuele data over aanbod en bezoekers



Figuur: Toeristisch samengesteld product. Publiek-privaat samengesteld karakter van de vrijetijdseconomie

BESTEMMINGSBREDE STRATEGIE

ONTWIKKELPRINCIPES: DIT BETEKENT DAT WE INITIATIEVEN STIMULEREN DIE

- bijdragen aan de basis op orde rondom routes en voorzieningen
- bijdragen aan de belevingswaarde van de Maas en het groene buitengebied
- bijdragen aan hogere kwaliteit van het toeristisch product met maatschappelijke meerwaarde
- bijdragen aan het in beeld brengen van behoeften van (gerichte) doelgroepen
- bijdragen aan lokaal ondernemerschap
- bijdragen aan een betere onderlinge samenwerking (ook euregionaal)
- bijdragen aan het merk Regionaal Landschap Maasduinen en Maas- Schwalm-Nette.

DAARNAAST GELDEN VANUIT DE OVERKOEPELENDE AMBITIE EN DOELSTELLING DE VOLGENDE ONTWIKKELPRINCIPES: WE STIMULEREN INITIATIEVEN DIE

- bijdragen aan herhalingsbezoek en ambassadeurschap
- bijdragen aan combinatiebezoek tussen gebieden in Venlo en de regio
- bijdragen aan bezoek in het schouder- en laagseizoen
- bijdragen aan cultureel aanbod en aanbod dat bijdraagt aan gezondheid
- bijdragen aan kwaliteit en/of beleefbaarheid van natuur en cultuurhistorie
- bijdragen aan aanbod specifiek gericht op kinderen (0-12 jaar), jongeren (12-20 jaar), vreugdevolle senioren (55+) en de zakelijke gast

KADER: FUNCTIE VAN ONTWIKKELPRINCIPES

1. Toetsen van initiatieven uit de markt en/of samenleving

Ontwikkelprincipes dienen als criteria voor het beoordelen van nieuwe initiatieven in de vrijetijdseconomie. Ze helpen de gemeente en de stakeholders bij het beoordelen of een project voldoet aan de gestelde normen en of het potentieel heeft om succesvol en duurzaam te zijn. Bovendien worden ze zo in lijn gebracht met de inhoudelijke koers.

2. Input voor herijkte subsidieregulering T&R

Bij het toekennen van financiering spelen ontwikkelprincipes een belangrijke rol. Projecten die aansluiten bij deze principes en dus bijdragen aan de geformuleerde koers, hebben een grotere kans om financiering te ontvangen. De subsidieregulering T&R van de gemeente wordt hiermee in lijn gebracht, maar ook vanuit de markt kan er mogelijk eerder financiering gegenereerd worden om dat het initiatief past binnen de bestemmingsbrede of gebiedsspecifieke strategie.

3. Stimuleren van ontwikkelingen en inspireren van (potentiële) initiatiefnemers.

Ontwikkelprincipes fungeren als richtlijnen voor het stimuleren van verdere ontwikkelingen binnen de sector. Ze bieden een kader waarbinnen nieuwe ideeën en projecten kunnen worden ontwikkeld, wat leidt tot een coherente en duurzame groei van de vrijetijdseconomie in Venlo.

GEBIEDSSPECIFIEKE STRATEGIE

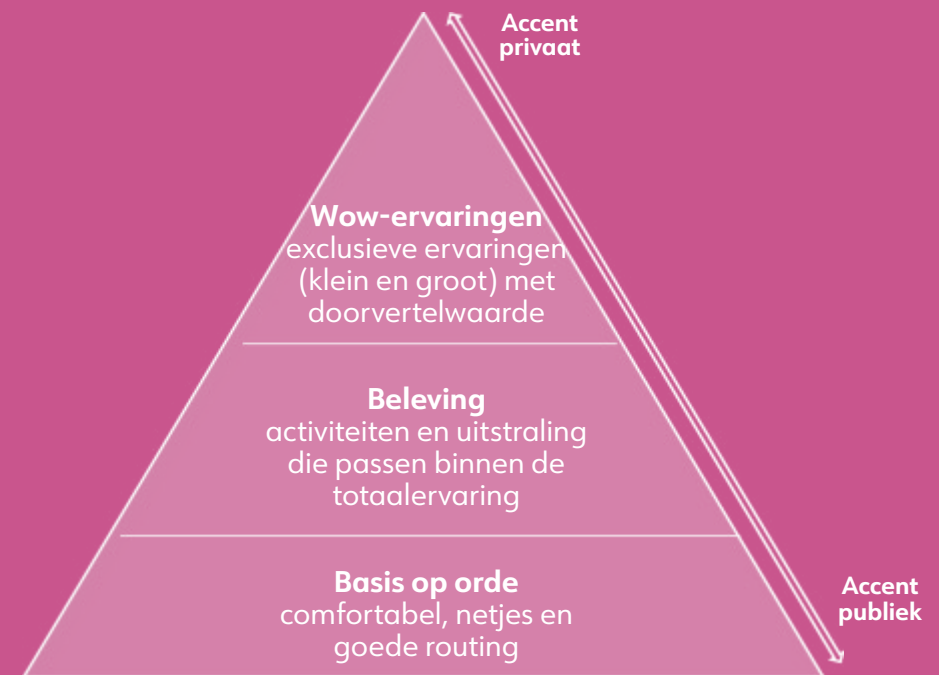
STRATEGIE: IN ONZE DRIE SPEERPUNTGEBIEDEN BRENGEN WE DE BASIS OP ORDE, VOEGEN WE BELEVING TOE EN CREËREN WE WOW-ERVARINGEN.

Op gebiedsniveau redeneren we voor ieder gebied vanuit hetzelfde denkkader. Gebaseerd op de customer journey, waarbij de behoeften en ervaring van de gast centraal staat. Net zoals bij een pretpark of dierentuin is de waardering van het bezoek afhankelijk van hygiënefactoren (en geen dissatisfiers) in de vorm van basis op orde. Worden waardevolle ervaringen geboden die passen binnen het thema of de totaalervaring (beleving). Met wow-ervaringen creëren we een bijzondere plus, wat zorgt voor doorvertelwaarde. Gastervaring staat centraal. Ieder speerpuntgebied bekijken we door deze bril.

Dit vraagt voor ieder speerpuntgebied een profiel en ontwikkelperspectief. Een kapstok waarlangs acties en initiatieven kunnen worden ontwikkeld. Ieder speerpuntgebied heeft namelijk eigen kwaliteiten en accenten. Hier bouwen we op voort. Door het ontwikkelperspectief bondig te formuleren en specifiek te maken:

- **Ontwikkelperspectief Venlose binnenstad:** Stedelijk hart van Noord-Limburg voor ontmoeting, cultuur(historie) en Maasbeleving
- **Ontwikkelperspectief Arcen:** Heerlijke omgeving waar verborgen verhalen tot leven komen
- **Ontwikkelperspectief Steyl:** Steyl Inspireert: leren, reflecteren en uiten

Op de volgende pagina's is voor ieder speerpuntgebied het ontwikkelperspectief verder toegelicht, voorzien van specificering en ontwikkelprincipes. Let op: het ontwikkelperspectief is nadrukkelijk geen marketingslogan. Het is dus niet gericht op het aantrekken van bezoekers, maar een inhoudelijke koers voor bestemmingsontwikkeling. De koers biedt richting aan acties en initiatieven nu en in de toekomst, zodat ze bijdragen aan het totale product.





VENLO-BINNENSTAD /

Stedelijk hart van Noord-Limburg voor ontmoeting, cultuur(historie) en Maasbeleving



WISSELENDE THEMAJAREN

INSPIRATIE PRODUCTONTWIKKELING



WATER DE STAD IN TREKKEN



(CULTUUR)HISTORIE ZICHTBAAR TERUGBRENGEN

ONTWIKKELPERSPECTIEF: VENLOSE BINNENSTAD

Ontwikkelperspectief Venlose binnenstad: Stedelijk hart van Noord-Limburg voor ontmoeting, cultuur(historie) en Maasbeleving

PROFIEL:

Stedelijk hart van de regio: Venlo is het kloppend stedelijk hart van Noord-Limburg. Een podium, een etalage, een huiskamer waar veel te beleven valt. De Venlose binnenstad heeft een aantrekkende werking voor shopping (zie kader), maar is toeristisch gezien nog relatief onontdekt. Onterecht, want dit stedelijk hart heeft veel te bieden waar gasten anno nu naar op zoek zijn: van authenticiteit, evenementen, aantrekkelijke verbinding tussen stad en Maas, tot rauwe en gepolijste cultuur die vermaakt en soms ook aanzet tot denken. Genieten is het sleutelwoord. De stad heeft afgelopen jaren goede stappen gezet in haar uitstraling en met de ontwikkeling van het Kazerneterrein en Venlo Noord (Canon) ontstaan naast de binnenstad nieuwe stedelijke hotspots. Dit biedt nieuwe bezoekmotieven voor inwoners en bezoekers. Nu is het tijd om de volgende stap te zetten naar een professionele toeristische bestemming om trots op te zijn, zodat iedere inwoner en bezoeker van de regio de stad in z'n hart sluit.

MEER SPECIFIEK:

Ontmoeting: In de waan van de dag is het fijn om een plek te hebben waar je echt kunt samenkomen en genieten. De Venlose binnenstad is hiervoor de plek. Er zijn talloze aanleidingen om te ontmoeten en samen te zijn. We zijn er goed in om deze aanleidingen met elkaar te creëren en blijven dit doen. Wat we nog beter kunnen en moeten doen, is er voor zorgen dat ouders met kinderen ook de binnenstad graag bezoeken.

VAN 'PLACE TO BUY' NAAR 'PLACE TO BE'

Wie aan Venlo denkt, denkt ook aan het kooptoeisme. Al decennia weet de Duitse kooptoeist de Venlose binnenstad goed te vinden. Ondanks dat winkel- en horeca-aanbod niet onder de focus van deze uitvoeringsagenda valt, kan dit voor de Venlose binnenstad niet los van elkaar worden gezien. Sinds 2021 werkt gemeente Venlo samen met betrokkenen aan een krachtige binnenstad. In Plan Binnenstad 2030 staan zes opgaven centraal:

- Inzetten op de economische kracht van beleving: van 'place to buy' naar 'place to be'
- Terugdringen vierkante meters detailhandel
- Opmars van eenzijdig en voordelig doorbreken en onderscheidend en uniek aanbod (voor midden- en hoge inkomens) stimuleren
- Binden van regiobewoners
- Grip krijgen op ontwikkeling van horeca, voor goede balans tussen wonen en leven in de binnenstad
- Verzilveren potentie kenniseconomie

In de aanpak wordt gekozen voor een compact en compleet publieksgericht gebied, met de historische kern als sterke basis voor de toekomst (van winkelrondje naar winkelstraten). De keuze voor een integraal kwaliteitsplan strookt met de doelen uit deze Uitvoeringsagenda. Vrijtijdseconomie draagt bij aan deze aanpak. Door de binnenstad te bekijken vanuit 'basis op orde', 'beleving' en 'wow-ervaringen', bieden we een plus op dit Plan Binnenstad 2030 en daarmee ook op de aantrekkelijkheid van Venlo als shoppingstad en (short-break) bestemming.

ONTWIKKELPERSPECTIEF: VENLOSE BINNENSTAD

Maasbeleving: De Maas is op z'n mooist in Venlo. Het is meer dan een rivier: ze is een cruciaal onderdeel van het Venloos DNA en historie. Echter, de potentie wordt nog niet optimaal benut. Door stad en Maas beter met elkaar te verbinden versterken we ons DNA en de aantrekkelijkheid. Bijvoorbeeld door het verbeteren van fiets- en wandelroutes langs de Maas, waterrecreatie op de Maas, aantrekkelijke waterfronten én door de Maas de stad in te trekken, zodat water zichtbaar en beleefbaar wordt in de stad. Dat laatste gebeurt vanuit het integrale binnenstadsperspectief.

Cultuur(historie): Venlo zit vol met verhalen, maar dat is nog onvoldoende zichtbaar. Het borrelt en bruist in de Venlose binnenstad en door te focussen op cultuur(historie) slaan we een nieuwe weg in gericht op kwaliteit en inzicht. Cultuurhistorie zoals monumenten en erfgoedlocaties bevatten historie die teruggaat tot aan de Romeinse tijd en de Middeleeuwen toen Venlo als handelsstad al floreerde. Daarnaast bevatten tradities en verhalen uit het verleden belangrijke waarden voor de toekomst. Kunst en cultuur vormen een bron van inspiratie én uiting. Onze rijke cultuur in kunst, muziek, schrift, festivals, vastelaovend en dialect verdient dan ook een prominente plek in de etalage, zodat inwoners en bezoekers hiervan mee kunnen genieten.

Ontwikkelprijncipes: Dit betekent dat we initiatieven stimuleren die:

- bijdragen aan verbinding tussen stedelijk Venlo en de Maas
- bijdragen aan het zichtbaar maken van historie
- bijdragen aan kunst en cultuur in de binnenstad
- bijdragen aan ontmoeting
- bijdragen aan de aantrekkelijkheid van de stad voor kinderen (0-12 jaar) en jeugd (12-20 jaar)





ARCEN / Heerlijke omgeving waar verborgen verhalen tot leven komen



FARM TO TABLE-DINING

INSPIRATIE PRODUCTONTWIKKELING



BIERSPA



KINDERKOOKWORKSHOPS

ONTWIKKELPERSPECTIEF: ARCEN

Ontwikkelperspectief Arcen: Heerlijke omgeving waar verborgen verhalen tot leven komen

PROFIEL:

Heerlijke omgeving: Het goede leven vind je in Arcen. Van oudsher heeft deze plek grandeur als Heerlijkheid. Dat voel je. Ook nu nog is het aanbod gericht op het goede leven met de Kasteeltuinen, het Thermaalbad, de brouwerij, de watermolen met graanbranderij, het bruisende centrum aan de Maas en de toegang tot de Maasduinen. Een bestemming op zichzelf waar je Limburg in het klein proeft. Om deze positie te behouden, is het wel belangrijk dat het aanbod eigentijds blijft. Dit vraagt blijvende aandacht voor vernieuwing, waarvoor de verbinding met het lokale (ambachten, streekgerechten, verhalen) een uitstekende basis vormt.

MEER SPECIFIEK:

Verborgen verhalen komen tot leven: Arcen heeft een aantrekkelijke omgeving met rijke verhalen, maar deze bereiken de gast nog niet altijd. Je zou kunnen zeggen dat het aanbod en de omgeving enigszins los zijn gezongen van elkaar. Terwijl deze omgeving ronduit schitterend is, zoals Landgoed Arcen en Regionaal Landschap de Maasduinen. Opgave is om deze omgeving en verhalen beter te benutten en verbinden, bijvoorbeeld vanuit het concept 'het goede leven'. Dit zorgt voor binding, trots en ambassadeurschap. Evenementen en landschaps- en cultuurhistorische elementen (zoals Scrooge Festival, Fossa Eugenia en de Schanstoren) vormen hiervoor een uitgelezen kans. Tijdens vakantie en vrije tijd staan mensen extra open voor nieuwe inzichten. Dit omarmen we.

Voorwaarde: Balans

Succes heeft z'n keerzijde. Op piekmomenten kan het (te) druk aanvoelen en dat doet de aantrekkelijkheid en leefbaarheid geen goed. Hier zit de grootste urgentie voor Arcen. Druk is altijd tijd- en plaatsgebonden. Ook de balans tussen natuur en recreatie is een aandachtspunt. Om balans te houden is het belangrijk om scherp in beeld te krijgen wáár en wannéér deze balans onder druk staat en welke negatieve gevolgen dit mogelijk heeft, zodat dit met elkaar op een passende manier kan worden opgelost (bijvoorbeeld door regulering).

Ontwikkelprijncipes: Dit betekent dat we initiatieven stimuleren die:

- bijdragen aan de Heerlijke profilering en het eigentijds aanbod van Arcen
- bijdragen aan het oplossen van knelpunten rondom bezoekersdrukke en het spreiden van bezoekers (in tijd en/of ruimte, in zowel het dorp als de omringende natuurgebieden)
- bijdragen aan het vertellen van verrassende verhalen uit de omgeving vanuit een lokaalgebonden concept.



STEYL / Steyl Inspireert: leren, reflecteren, uiten



ONTMOETINGSFUNCTIE IN CULTUREEL ERFGOED

INSPIRATIE PRODUCTONTWIKKELING



KUNSTWEEKEND OF BIËNALE



AMBACHTEN & STREEKPRODUCTEN

ONTWIKKELPERSPECTIEF: STEYL

Ontwikkelperspectief Steyl: Steyl inspireert: leren, reflecteren, uiten

PROFIEL:

Steyl inspireert: Steyl is een uiterst bijzondere plaats met een unieke historie en DNA. Het is een verborgen parel, die klaar is om te schitteren. Ondanks de authenticiteit en toeristische potentie is dit geen plek voor harde commercie. Steyl is voor de gast die echt naar Steyl wil. En daarmee ook naar zichzelf. Een serene omgeving die historie ademt en nieuwe waarden aanreikt. Na een bezoek aan Steyl vertrek je als een rijker mens. Daar zit de kracht en missie van Steyl. Je komt op adem, ook als je Steyl per ongeluk ontdekt op één van de vele routes...

MEER SPECIFIEK:

Leren, reflecteren, uiten: In Steyl kom je niet om geëntertand te worden. In Steyl kom je voor diepgang. In de musea leer je over de wereld. In de verborgen werkplaatsen leer je over ambachten en in de botanische tuinen leer je over de natuur. Het maakt hierbij niet uit als je nog relatieve leek bent en enkel rondstruint, als ervaren reitruiter op zoek gaat naar bezinning, of als vooraanstaand botanicus van wereldniveau vanuit verre continenten naar Steyl komt voor die ene bijzondere stek. Als de open blik om te leren en reflecteren maar aanwezig is, dan is Steyl voor jou (en voor vrienden, ouders of collega's). Aanvullend vormen de bijzondere locaties (van ketelhuis tot kloosteromgeving) een uitstekend decor voor expressie van kunst, cultuur, ambachten en verhalen.

Voorwaarde: Organisatie en samenwerking

Er is een breed besef dat de vrijetijdseconomie een belangrijke drager kan zijn om de authenticiteit en magie van Steyl te behouden. Tegelijkertijd brengt dit in de praktijk uitdagingen met zich mee: veel organisaties worden gedragen door vrijwilligers, maar deze zijn niet eindeloos beschikbaar. Daarnaast hebben verschillende organisaties ieder eigen belangen en op hun eigen manier financiële uitdagingen. Dit vraagt om samenwerking. De gedeelde urgentie én de gemeenschappelijkheid als onderdeel van het DNA vormt hiervoor een uitstekende basis. Het realiseren van succesverhalen in de praktijk moeten de potentie bevestigen. Organisatie en samenwerking vormen de belangrijkste voorwaarden. Het is daarom belangrijk om nauw samen te werken met vrijwilligers die sterk verbonden zijn met Steyl.

Ontwikkelperspectief: Dit betekent dat we initiatieven stimuleren die:

- bijdragen aan de profilering 'Steyl Inspireert' van Steyl (geen slogan)
- bijdragen aan collectiviteit en professionalisering tussen verschillende organisaties
- bijdragen aan het financieel dragen van andere functies
- bijdragen aan lerend vermogen, reflecterend vermogen of expressie van inwoners en bezoekers door een bezoek aan Steyl

3C. UITVOERINGSAGENDA 2025 - 2028

Op de volgende pagina's is de uitvoeringsagenda weergegeven in een handzaam overzicht van acties en enkele referenties* per strategie. Iedere actie is hierbij voorzien van eventuele prioritering (op basis van het participatieproces en waarmee in 2025 kan worden gestart), rol gemeente, welke denkbare partijen betrokken (kunnen) zijn, termijn uitvoering en indicatie kosten. Hierbij geldt:

Termijn;

- Kort; 1-2 jaar
- Middel: 2-4 jaar
- Lang: > 4 jaar
- Prioriteit vanuit inhoud

Indicatie kosten:

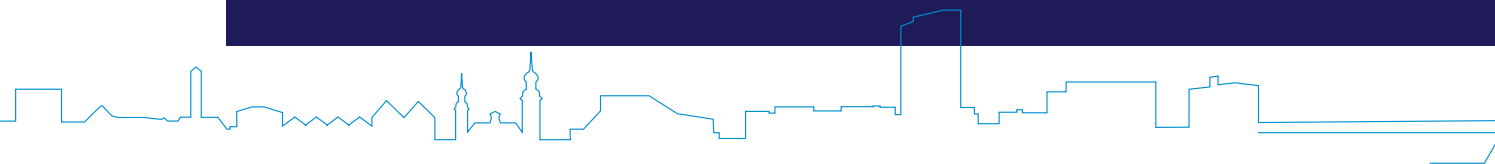
- € = < 5.000
- €€ = 5.000 – 20.000
- €€€ = 20.000 – 50.000
- €€€€ = > 50.000

Voor de drie speerpuntgebieden is daarnaast een indicatieve verdieping gemaakt op het onderwerp dat ieder gebied raakt: Versterken Maasrecreatie.

De vrijetijdseconomie is bij uitstek een beleidsveld dat raakvlakken heeft met andere beleidsvelden en thema's binnen de gemeente (zoals landschap, natuur, cultuur, erfgoed, landbouw, duurzaamheid, mobiliteit, ruimtelijke ordening) en deze ook overstijgt. Een aantal acties in het agenda worden direct in de lijn opgepakt, maar andere vragen nadrukkelijke integrale afstemming. Per actie dient bij uitvoering exact bepaald te worden wie in de lead is (dit kunnen ook externe partners zijn) en wie verder een rol heeft of moet hebben.

Door met een **jaarplan** te werken dat we met de sector bepalen, zorgen we voor focus. Hoofdstuk 4 gaat nader in op de organisatie en financiën van deze uitvoeringsagenda.

*Opgenomen referenties zijn indicatief en dienen enkel ter inspiratie.



Bestemmingsbrede strategie: We versterken ons toeristisch samengesteld product door te richten op Maas- en natuurbeleving, jaarronde bezoeks-motieven en uitstekende samenwerking

Omgeving: Maas- en natuurbeleving door (1) de basis op orde en (2) belevingswaarde toe te voegen					
Draagt bij aan	Actie	Rol gemeente	(Denkbare) partners	Termijn en prio	Budget
1. Basis op orde	Versterken Maasrecreatie door: - Gemeentebreed in beeld brengen pels- en ontwikkelplekken voor strandjes en openbare plekken aan de rivier (voor eigen inwoners) - Uitbreiding mogelijkheden voor gevarieerde Maasrecreatie (zoals passantenhavens, kleinschalige rondvaarten, bbq-boot, verhuur van bootjes en kano's en vaarroutes waar kort aanleggen mogelijk is) - Natuurgericht recreatief medegebruik (extensief) van nevengeulen (Lomm) of uiterwaarden als spannend ontdekkingsgebied - Historische relatie in beeld door zichtbaar maken historie met kunst of beleefobjecten (ook buiten speerpuntgebieden, zoals Belfeld, Blerick, Lomm)	Uitvoeren	Ja	Lang	€€€€
2. Belevingswaarde toevoegen	Stimuleer lokale kunstenaars om kunstwerken te creëren die in de openbare ruimte kunnen worden tentoongesteld. Bijvoorbeeld door een 'magische kijker' (verrekijker met virtual reality, zie wijdoendingen.nl) waardoor kunst en cultuur van Venloos aanbod beleefbaar wordt in de openbare ruimte	Regisseren	Ja	Kort	€€
	Borgen ruimtelijke kwaliteit en belevingswaarde bij gebiedsontwikkelingen door opstellen ruimtelijke inrichtingsprincipes vrijetijdseconomie (zoals: borduur voort op de historie van de plek, creëer bijzondere plekken aan het water, maak aantrekkelijke entrees en logische routes, houd oevers openbaar, zorg voor belevingswaarde, etc.)	Kaders stellen	-	Lang	-
	Natuur of (cultuur)historie op prikkelende manier beleefbaar maken door informatie- en beleefobjecten. Denk aan een tijdijker, rustpunten en uitkijplekken, interactieve picknicktafel of doorkijkpanelen. Hiervoor liggen ook kansen in (samenwerking met) Regionaal Landschap de Maasduinen en Maas-Schwalm-Nette.	Regisseren	Ja, natuur-beheerders	Kort	€€
Aanbod: Jaarronde bezoeks-motieven door (1) verdiepen aanbod (met hoge kwaliteit) en (2) maatschappelijke missie (cultuur, gezondheid)					
1. Aanbod met maatschappelijke missie	Inspiratietoolkit toegankelijkheid en minder-validen	Regisseren	Ja	Kort	€€
2. Verdiepen aanbod	Uitbreiding urban aanbod (met name voor jeugd tussen 12-18) door actieve acquisitie	Regisseren	Ja	Middel	-
	Beleidsmatige ontwikkelruimte voor aanbodontwikkeling , ook buiten speerpuntgebieden en in afstemming met de regio. Projecten moeten bijdragen aan bredere doelstellingen (seizoenverbreding en jaarrond aanbod, stimuleren cultuur (bv Keramiekindustrie), gezondheid, behoud erfgoed (bv Erfgoed), transitie agrarische sector, kindvriendelijk, zakelijke markt (bv Convention Bureau)	Kaders stellen	-	Lang	-
	Om de twee jaar een gemeentebreed exposure evenement (vgl. met Venlo Verlicht nu). Gezamenlijk alles in de spotlight zetten. Dit heeft ook een relatie met City Branding en is daarin ook als ambitie benoemd.	Regisseren	VenloPartners	Middel	€€€€
	Verbetering gastreis door aanbieden voucher customer-journey traject voor vte-ondernemers , met als doel verrassende elementen met wow-factor te creëren binnen organisaties	Uitvoeren	Ja	Kort	€€€€

Bestemmingsbrede strategie: We versterken ons toeristisch samengesteld product door te richten op Maas- en natuurgebeleving, jaarronde bezoeken en uitstekende samenwerking

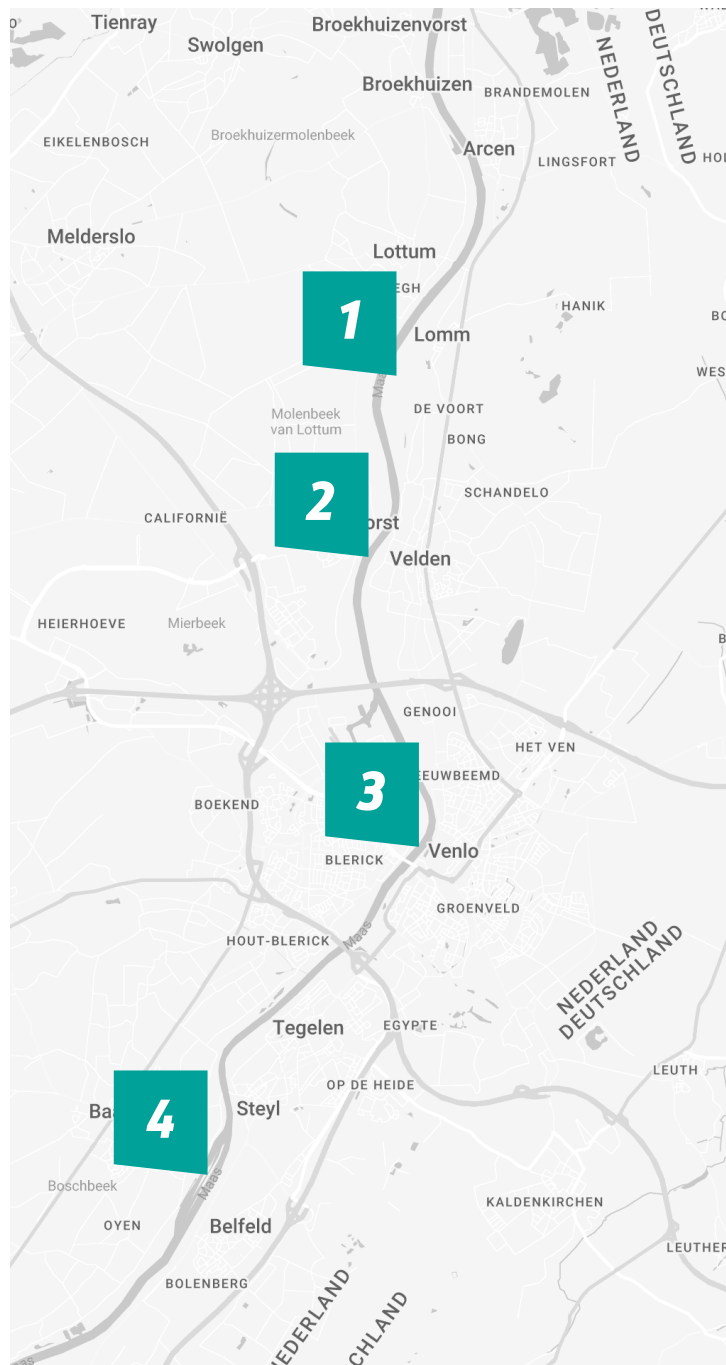
Organisatie: Uitstekende samenwerking door (1) uitvoeringskracht, (2) netwerkvorming en (3) inzicht centraal te stellen

Draagt bij aan	Actie	Rol gemeente	(Denkbare) partners	Termijn en prio	Budget
1. Uitvoeringskracht	Herijken samenwerkingsafspraken met toeristische ondernemersplatforms (VenloPartners, TPMV, Steyl Inspireert) met nadrukkelijke(re) rol in gemeentebreed bestemmingsmanagement	Uitvoeren	VP, TPMV, SI, TIV	Kort	-
	Overwegen meerjarige subsidieaanvragen mogelijk maken vanuit subsidieregeling Toerisme en recreatie.	Kaders stellen	-	Kort	-
2. Inzicht	Aansluiten op provinciale datahub door deelname van gemeente en ondernemers in de vorm van delen relevante gegevens zodra operationeel	Uitvoeren	-	Middel	-
	Inrichten structurele gemeentelijke dataverzameling en monitoring in de vorm van periodiek onderzoek in speerpuntgebieden, waarbij in beeld wordt gebracht: ervaring inwoners (draagvlak), bezoekers (behoeften, bezettingsgraden en waardering) en aanbodontwikkeling (periodiek). Mogelijk deels via inwonerpanel en/of via Provinciale Datahub.	Uitvoeren / Regisseren	VenloPartners	Middel	€ € €
3. Netwerkvorming	Opstellen heldere afspraken tussen lokale en regionale marketingorganisaties (regiomarketing, citybranding, VenloPartners, Toeristisch Platform Maasduinen-Venlo, Stichting Steyl Inspireert, Toeristisch Informatie Venlo)	Regisseren	VenloPartners, TP, Steyl Inspireert	Kort	-
	Formeren kopgroep maatschappelijk ondernemen (vanuit hun koplopersrol vormt deze groep inspiratie voor andere ondernemers en organisatie). Mogelijk ook voor andere sectoren of in de regio.	Regisseren	Ondernemers	Middel	-
	Actief bijdragen, acquireren en positioneren Venlo voor meerdaagse zakelijke markt via Limburg Convention Bureau. Met als potentiële eerste stap het uitvoeren van een onderzoek naar marktkansen (vraag-aanbod) en in het bijzonder welke segmenten binnen de zakelijke markt kansrijk en passend zijn voor Venlo.	Regisseren	-	Lang	-
	Onderwijs en HRM strategie: vrijetijdseconomie biedt een mogelijke verbinding met de MBO-, HBO- en WO-opleidingen. Enerzijds om de creativiteit van studenten te benutten in aanbodontwikkeling, anderzijds voor het behouden en aantrekken van talent. VTE-ondernemers aanhaken op bestaande projecten.	Faciliteren	Onderwijspartners (Gilde, Fontys, HAS, etc.)	Middel	€
	Pilotproject horecapersoneel (voorbeeld Roermond) door verbinden MBO-onderwijs (Gilde) aan ondernemers vrijetijdseconomie	Faciliteren	Gilde, ondernemers	Middel	-

VERDIEPING: Versterken Maasrecreatie Bestemmingbreed

Versterken Maasrecreatie door:

1. Gemeentebreed in beeld brengen parels en ontwikkelplekken voor strandjes en openbare plekken aan de rivier (voor eigen inwoners)
2. Uitbreidingsmogelijkheden voor gevarieerde Maasrecreatie (zoals kleinschalige rondvaarten, bbq-boot, verhuur van bootjes en kano's en vaarroutes waar kort aanleggen mogelijk is)
3. Natuurgericht recreatief medegebruik (extensief) van nevengeulen (Lomm) of uiterwaarden als spannend ontdekkingsgebied
4. Historische relatie in beeld door zichtbaar maken historie met kunst of beleefobjecten (ook buiten speerpuntgebieden, zoals Belfeld, Blerick, Lomm)



REFERENTIEBEELDEN

1



2



3



4



Gebiedsspecifieke strategie: In onze drie speerpuntgebieden brengen we de basis op orde, voegen we beleving toe en creëren we wow-ervaringen

VENLOSE BINNENSTAD

Draagt bij aan	Actie	Rol gemeente	(Denkbare) partners	Termijn en prio	Budget
Omgeving - beleving	Versterken Maasrecreatie door: - Integraal programma 'Venlo-binnenstad aan de Maas' gericht op het creëren van ontmoeting, verrijking en plezier aan de Maas. Dit programma dient een kapstok te vormen voor initiatieven. Te beginnen met een inventarisatie van bestaande evenementen, initiatieven en aanbod gericht op de verbinding tussen Venlo en Maas. Deze dienen vervolgens gebundeld en verrijkt te worden (water de stad in trekken, dinner on the river, evenementen zoals drijvend concert etc.) - Maas de stad in trekken door creëren waterspeelplekken of sprayparks	Uitvoeren	VenloPartners, ondernemers	Lang	€€€€
Omgeving - basis op orde	Continue agendering vanuit vrijetijdseconomie voor Plan Binnenstad, door - Jaarlijkse binnenstadsschouw met vrijetijdseconomie-ondernemers: pijnpunten in beeld rondom schoon-heel-veilig en te blijven communiceren - Ontwerpwedstrijd aantrekkelijke entrees binnenstad voor beleving cultuurhistorie	Uitvoeren	VenloPartners, ondernemers	Lopend	-
Aanbod - beleving	Vergroten aantrekkelijkheid binnenstad voor kinderen door 'Programma Kindvriendelijke binnenstad Venlo'. Combinatie van tijdelijke en permanente initiatieven zoals interactieve kunst, kinderverhalenwandeling, speelstraten, Venlo voor 1 dag voor kinderen, een ontwerpwedstrijd voor basisschool, gezamenlijk kunstproject zoals muurschildering of kunstwerk maken dat plek krijgt in stad, grote rebussen of puzzels in leegstaande etalages, optische illusies (i.s.m. MindMystery), kindvriendelijke watersporten etc.	Regisseren	VenloPartners, ondernemers	Lang	€€€€
Organisatie - basis op orde	Vergroten meertaligheid flyers, folders en online door samenwerkingsproject met onderwijs	Faciliteren	TIV, onderwijs, ondernemers	Kort	-
Organisatie - beleving	Online platform voor ambassadeurschap (contentcuratie). Bij voorkeur is dit interactief en zit er een ketting-mechanisme in. Ook gamificatie in het platform (zoals opdrachten voltooien) en worden beloond met kortingen en/of exclusieve ervaringen (zoals backstage bij de Zomerparkfeesten)	Faciliteren	VenloPartners	Middel	€€€
Organisatie - basis op orde	Uitdragen merk Venlo vanuit Citybranding strategie. Dus geen aparte merkontwikkeling, maar koppelen aan het lopende proces rondom citybranding	Faciliteren	-	Middel	-

VERDIEPING: Versterken Maasrecreatie Venlose binnenstad

Versterken Maasrecreatie door:

1. Integraal programma 'Venlo-binnenstad aan de Maas' gericht op het creëren van ontmoeting, verrijking en plezier aan de Maas. Dit programma dient een kapstok te vormen voor initiatieven. Te beginnen met een inventarisatie van bestaande evenementen, initiatieven en aanbod gericht op de verbinding tussen Venlo en Maas. Deze dienen vervolgens gebundeld en verrijkt te worden (water de stad in trekken, dinner on the river, evenementen zoals drijvend concert etc.)
2. Maas de stad in trekken door creëren van bijv. waterspeelplekken of sprayparks, vanuit integraal plan.



REFERENTIEBEELDEN

1



2



Gebiedsspecifieke strategie: In onze drie speerpuntgebieden brengen we de basis op orde, voegen we beleving toe en creëren we wow-ervaringen

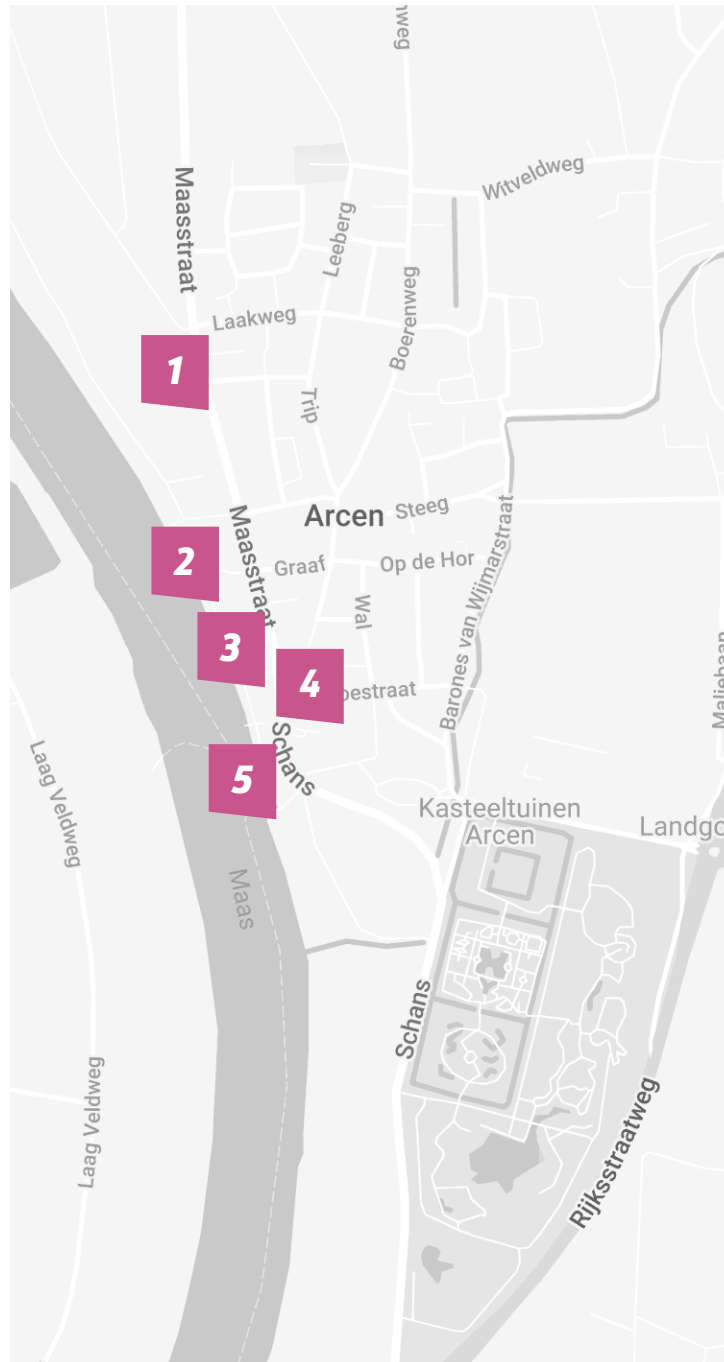
ARCEN

Draagt bij aan	Actie	Rol gemeente	(Denkbare) partners	Termijn en prio	Budget
Omgeving - beleving	Integreren benoemde kansen uit kansenkaart Maasrecreatie in aanbestedingstraject Hoogwater Beschermings Programma (HWBP) Arcen , met hierin: - Uitbreiding capaciteit bestaande passantenhaven - Wandel-/recreatieboulevard - Update Schansplein - Voorzieningen voor fietsers en voetgangers verbeteren - Recreatief fietspad als alternatief voor Maasstraat (niet in fietsplan)	Regisseren	Waterschap, ondernemers	Lang	€€€€
Omgeving - basis op orde	Project basis op orde Arcen waarin aan de hand van prioritering verbetering in een schone en nette openbare ruimte wordt aangebracht. Belangrijk is een duidelijke koppeling met wensen en verwachtingen van inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden.	Faciliteren	Ondernemers, TP	Middel	€€
Omgeving - basis op orde	Verkennen tijdelijke oplossing voor aantrekkelijkheid en toegankelijkheid aanbod in Arcen-centrum gedurende HWBP-werkzaamheden. Zoals tijdelijke terrassen, routebordjes, thematische aankleding of tijdelijke fotoplekken.	Faciliteren	Ondernemers, TP	Kort	€€
Omgeving - beleving	Onderzoek realisatie Toeristisch Overstappunt/Eikpunt in/nabij kern Arcen en overige zoekgebieden	Regisseren	-	Middel	€€
Aanbod - beleving	Ontwikkelen kind-specifiek aanbod zoals kinderkookworkshops	Faciliteren	Ondernemers	Kort	-
Aanbod - beleving	Verbreden evenementenaanbod in schouderseizoen (buiten schoolvakanties)	Kaders stellen	Ondernemers	Kort	-
Organisatie - beleving	Positioneren Arcen als één samenhangende bestemming met centrale claim (i.p.v. verzameling van aanbod op marketingplatforms). Bijvoorbeeld 'Het heerlijke leven vind je in Arcen' of 'In Arcen vind je alles wat Limburg uniek maakt'.	Faciliteren	TP, VenloPartners	Middel	-
Organisatie - beleving	Project 'bekende en verborgen verhalen van Arcen' waarin vanuit één concept: - de verhalen van de drie beeldbepalende pijlers (Kasteeltuinen, Hertog-Jan, Thermaalbaden) zichtbaar worden en verteld worden (versterken identiteit). - daar naast/onder de verborgen verhalen (zoals Fossa Eugenia, de Schanstoren, de Vuurman, Landgoed Arcen etc.) op laagdrempelige aansprekende manieren beleefbaar zijn vanuit één concept. Zoals marketing en routes, wegwijzers met een twist, verhalende fietsrekken, muurkunst, verhalende tegels, gedichtenroutes, verspreide puzzelwoorden etc.	Faciliteren	TP, VenloPartners, ondernemers	Middel	-

VERDIEPING: Versterken Maasrecreatie Arcen

Integreren benoemde kansen uit kansencarta Maasrecreatie in aanbestedingstraject Hoogwater Beschermings Programma (HWBP) Arcen, met hierin als ideeën:

1. Recreatief fietspad als alternatief voor Maasstraat (niet in fietsplan)
2. Voorzieningen voor fiets- en voetgangers
3. Verbeteren Wandel-/ recreatieboulevard
4. Update Schansplein
5. Onderzoek uitbreiding capaciteit bestaande passantenhaven



REFERENTIEBEELDEN

1



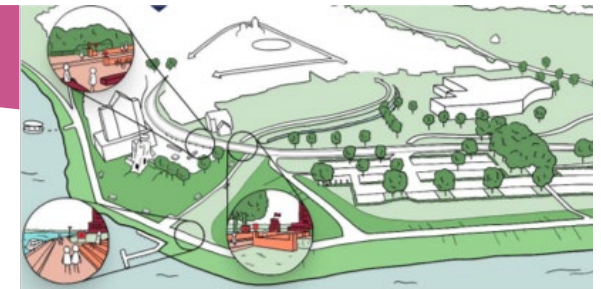
2



3



4



5



Gebiedsspecifieke strategie: In onze drie speerpuntgebieden brengen we de basis op orde, voegen we beleving toe en creëren we wow-ervaringen

STEYL		Rol gemeente	(Denkbare) partners	Termijn en prio	Budget
Draagt bij aan	Actie				
Omgeving - beleving	Versterken Maasrecreatie door: - Verkenning toevoegen beleving aan waterkering Steyl-Maashoek door kunst, educatie, picknickplaats of rustpunten of bestendigen 'Vensters op Steyl' (i.s.m. waterschap) - Verkennen mogelijkheid creëren aanlegsteiger en Steyl onderdeel te maken van zuidelijke vaarroute sloepverhuur Venlo	Regisseren	Waterschap	Lang	€ € € €
	Verbeteren aansluiting en zichtbaarheid op lange-afstands-wandel- en fietsroutes en andere religieuze locaties met bezinningstoerisme (zoals Jacobpad Millingen-Eijsden, afslag Pieterpad, Kvelaer, Kapel van Genooi)	Faciliteren	Routebureau	Kort	-
	Verbeteren verbinding met Kasteel Holtmuhle (toekomstig Toeristisch Overstappunt/Eikpunt) door Steyl zichtbaar te maken en fysieke verbinding te verzorgen via Nabben	Faciliteren	Routebureau, ondernemers	Middel	€ €
Aanbod - basis op orde	Beleidsmatig ruimte bieden voor pop-up food/ijsco-truck in zomerperiode	Kaders stellen	-	Kort	-
Aanbod - beleving	Marktonderzoek bezinningstoerisme met als doel vraag en aanbod bij elkaar te brengen en stevige(re) positionering op nichemarkt	Uitvoeren	Steyl Inspireert, BOEi	Kort	€ €
	Opstellen kansenkaart / bidbook verblijfsaccommodaties Steyl	Uitvoeren	Steyl Inspireert, BOEi	Kort	€ €
Organisatie - basis op orde	Continuering professionele coördinatie Steyl Inspireert	Faciliteren	Steyl Inspireert	Kort	€ € € €
	Opstellen specifiek parkeerbeleid Kloosterdorp Steyl als onderdeel project 'Doorontwikkeling Steyl' en uitvoering gemeentebrede parkeerbeleid	Uitvoeren	-	Middel	€ €
Organisatie - beleving	Positionering Steyl Inspireert als het platform voor productontwikkeling, inspiratie, zichtbaarheid en boekbaarheid aanbod in Steyl. Met customer journey als vertrekpunt (Steyl Inspireert niet als doel, maar als middel). Waaronder verbreding seizoen en betere afstemming openstellingen. Dit is ook samen met partners op te pakken, zoals het Toeristen Informatiepunt Venlo (Koops)	Faciliteren	Steyl Inspireert, VenloPartners	Middel	€ €
	Positioneren Steyl als één samenhangende bestemming met verhaal (i.p.v. verzameling van aanbod) op marketingplatforms zoals VenloVerwelkomt en Visit Noord-Limburg	Faciliteren	Steyl Inspireert, VenloPartners, TP	Middel	-
Organisatie - wow-ervaring	Verkennen haalbaarheid project Biechtstoel-experience , waar kinderen (of volwassenen) door middel van AI vragen kunnen stellen over Steyl of kunnen biechten	Faciliteren	SI, VP, MBO	Middel	€ €

VERDIEPING: Versterken Maasrecreatie Steyl

Versterken Maasrecreatie door:

1. Verkenning toevoegen beleving aan waterkering Steyl-Maashoek door kunst, educatie, picknickplaats of rustpunten of bestendigen 'Vensters op Steyl' (i.s.m. waterschap)
2. Verkennen mogelijkheid creëren aanlegsteiger en Steyl onderdeel te maken van zuidelijke vaarroute sloepverhuur Venlo.



REFERENTIEBEELDEN





4. ORGANISATIE EN FINANCIËN

ORGANISATIEPRINCIPES

ORGANISATIEPRINCIPES OM TOT UITVOERING TE KOMEN

Deze uitvoeringsagenda biedt inhoudelijk richting en focus voor de ontwikkeling van de bestemming Venlo, maar om daadwerkelijk tot resultaten te komen is ook nodig:

- Inzicht in het huidige functioneren van de sector
- Een goed plan met gedragen acties (dat wordt geboden met voorgaande Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie Venlo 2025-2028)
- Uitvoeringskracht door gemeente, ondernemers en lokale platforms, met effectieve en proactieve communicatie en coördinatie
- (Werk)budget voor een slagvaardige uitvoering
- Een goede structuur voor monitoring voortgang en evaluatie

Dit hoofdstuk biedt hier de uitgangspunten voor. We bouwen voort op de bestaande samenwerkingsstructuren en benutten de kracht van elke partij. Tegelijkertijd ontstaat met deze uitvoeringsagenda een logisch momentum om de samenwerking(en) tegen het licht te houden. Met als centrale doel de uitvoering van de agenda. Door met elkaar uitgangspunten vast te stellen, geven we richting aan de gewenste samenwerking. Het lopende jaar 2025 geldt hierbij als een overgangsjaar om het fundament te leggen voor de uitvoering.

A. PUBLIEK-PRIVATE SAMENWERKING MET HELDERE ROLLEN EN LOKALE UITVOERINGSKRACHT.

Uitgangspunt is dat ondernemers(platforms) en partners (zoals Steyl Inspireert, Venlo Partners, Toeristisch Platform Maasduinen) in hun kracht staan en dus dichtbij hun eigen achterban en mogelijkheden blijven. De echte uitvoeringskracht moet zoveel mogelijk lokaal in speerpuntgebieden liggen: dichtbij de mensen om wie het gaat en die het meeste gevoel hebben met de plek. Dat vergt duidelijkheid in rollen en taken van externe partners en de gemeente, waarbij deze agenda en de bestaande budgetten kaderstellend zijn.

- **Regie bij de gemeente Venlo.** De gemeente voert nadrukkelijk regie op de uitvoering van de agenda. Soms staan we zelf aan de lat voor bepaalde maatregelen in onze rol als presterende overheid. In andere gevallen jagen we aan (samenwerking stimuleren) of bieden we ondersteuning door initiatieven vanuit de sector mogelijk te maken. Nodig is een ambtelijk trekker die inhoudelijk en procesmatig regie voert op de voortgang van de agenda en de interne (binnen de gemeente) en externe (met de sector) organisatiestructuur.
- **We benutten de kracht en kennis van iedere partij.** Samenwerken gaat verder dan alleen afstemmen. Het gaat om het benutten van elkaars kwaliteiten en de dingen samen beter en efficiënter doen. Zo zetten we het bestaande budget, zowel van de gemeente als dat van alle partners, zo gericht mogelijk in. Waar het kan worden bestemmingsbrede taken en acties centraal gecoördineerd en uitgevoerd. Vanzelfsprekend blijft er input mogelijk van lokale belanghebbenden. De gemeente treedt faciliterend op om de samenwerking goed te laten functioneren.
- **Sector als sparringpartner en ambassadeur.** Gedurende het proces is met de stakeholdergroep een kopgroep van ondernemers ontstaan. Deze is breder dan de reeds aanwezige Werkgroep Toerisme (welke nu subsidieaanvragen prioriteert). De ontstane energie gedurende het proces willen we vasthouden. Dat vergt een aanpassing van de huidige rol van de werkgroep Toerisme.

ORGANISATIEPRINCIPES (2)

B. WERKEN VANUIT EEN JAARPLAN.

Het jaarplan wordt publiek-privaat samengesteld in overleg met de Toeristische Tafel Venlo en wordt vervolgens vastgesteld in het bestuurlijk overleg. Het jaarplan bevat:

- Acties die voor de gemeente (beleids)prioriteit hebben
- Acties voor externe partners (of publiek-private samenwerking), waarin zij in de lead zijn
- Nieuwe initiatieven ondersteund vanuit de subsidieregulering Toerisme & Recreatie / de markt
- Toekomstige acties die voortkomen uit destinationmarketing en citybranding (voor zover een relatie met VTE)

Per actie dient bepaald te worden wie trekker is, wie betrokken is/wordt, wanneer de actie succesvol is en hoe financiering wordt verzorgd.

Daarbij gelden de volgende uitgangspunten:

- **Gelegenheidscoalities voor uitvoering van acties.** Per actie wordt bepaald wie de betrokken partners zijn (publiek-privaat). Zo geven we actiegericht impuls aan inhoud én samenwerking in Venlo, waarna hopelijk gelegenheidswerkgroepen rondom acties een structureler karakter krijgen.
- **Integrale uitvoering binnen de gemeente.** Per actie wordt bepaald welk beleidsdomein trekker is, wie verder als deelnemer aan tafel zit en hoe financiering wordt gedekt. Vrijtijdseconomie is niet voor elke actie in de lead voor uitvoering en financiering. Soms is het enkel aanhaken op lopende trajecten, soms is het combineren van budget, soms is er sprake van publiek-private financiering en/of zijn er externe financieringsmogelijkheden (zoals provinciale of landelijke subsidies).

- **Flexibele werkwijze maakt bijsturen mogelijk.** We werken met partners samen naar hetzelfde doel, ieder in zijn tempo. Dit betekent dat er lopende de periode 2025-2028 ruimte is om de acties toe te voegen, als het aansluit bij de ambities. Tegelijkertijd betekent dit dat er acties kunnen worden geschrapt als ze zijn ingehaald door de tijd of niet meer relevant zijn.
- **Successen delen en zichtbaar maken.** Resultaat zorgt voor enthousiasme en inspiratie. Het delen van succes en zorgen voor zichtbaarheid helpt hierbij. Dit vraagt vooral afspraken over duidelijke communicatie. Gemeente neemt in eerste instantie deze rol op zich, tenzij anders afgesproken op projectniveau in het jaarplan.

“WE BENUTTEN HET EERSTE HALFJAAR VAN 2025 OM CONCRETE AFSPRAKEN TE MAKEN OVER DE TAKEN, ROLLEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN IN DE UITVOERING.”

VOORSTEL GOVERNANCE

VOORSTEL GOVERNANCE UITVOERINGSAGENDA

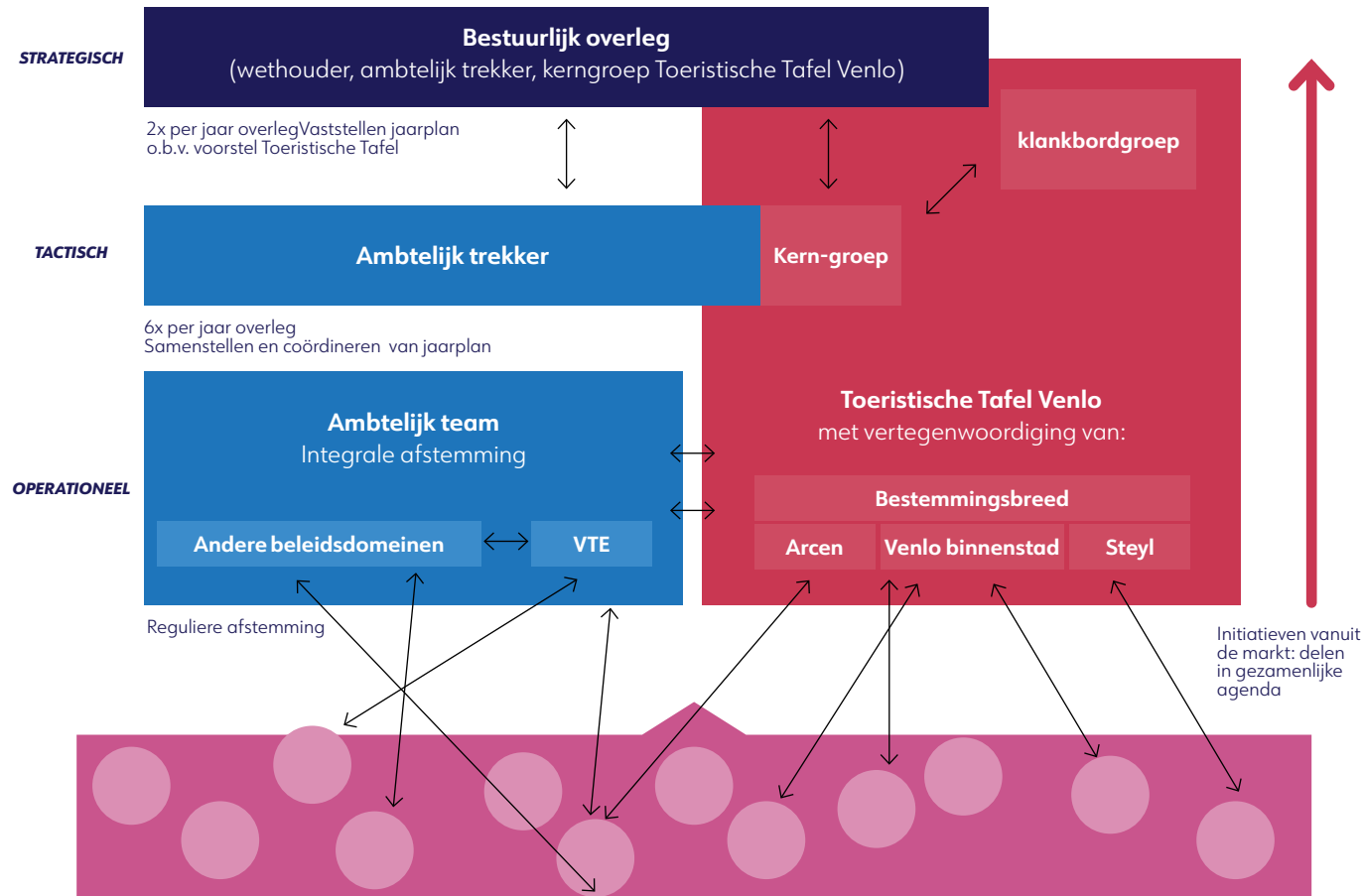
Op basis van de voorgaande organisatieprincipes, is de volgende structuur beoogd voor de uitvoering van de agenda:

- **Bestuurlijk overleg** (gemeente) voor monitoring uitvoeringsagenda en vaststellen en evalueren van jaarplan (op voorstel in input van de Toeristische Tafel).
- **Ambtelijk trekker** (gemeente) voor coördinatie programma.
- **Ambtelijk team** (gemeente) voor regie op uitvoering.
- Een stevige **Toeristische Tafel Venlo** (ondernemers, maatschappelijke organisaties, onderwijs). Hierin integreren we de rol van de huidige Werkgroep Toerisme en we verrijken deze met stakeholders die in het proces van deze agenda hebben bijgedragen. Hierbij werken we met brede klankbordgroep (lange termijn perspectief) die twee keer per jaar bij elkaar komt en een kleine(re) kerngroep die verantwoordelijk is voor de dagelijkse gang van zaken, het uitwerken van jaarplannen en het samen met de gemeente coördineren van alle acties. De kerngroep neemt ook deel aan het bestuurlijk overleg.
- Projectgerichte samenwerkingsvormen in de vorm van **gelegenheidscoalities** (gemeente, ondernemers, maatschappelijke organisaties, onderwijs, terreinbeheerders, overlegorgaan Regionaal Landschap Maasduinen etc.) voor uitvoering acties

Naast deze organisatiestructuur, vindt er regulier overleg plaats tussen specifieke (deel)sectoren en gemeente (zoals hoteloverleg, KHN etc.). Deze overleggen dienen om sectorspecifieke onderwerpen te bespreken, buiten de uitvoeringsagenda om. Via de klankbordgroep kunnen initiatieven op (deel)sectorniveau hun weg vinden naar de Toeristische Tafel Venlo en worden opgenomen in de agenda en/of het jaarplan.



STRATEGISCHE UITVOERING AGENDA



Regisserende gemeente

- ✓ **Bestuurlijk overleg:** bestuurlijk verantwoordelijk voortgang, monitoring uitvoeringsstrategie, agenderen actiepunten, aanspreken en benutten publieke instrumenten (beleid, budget of capaciteit)
- ✓ **Ambtelijk trekker:** ambtelijk verantwoordelijk voortgang + voorzitten Toeristische Tafel
- ✓ **Ambtelijk team:** coördinatie acties en integrale afstemming en realisatie.

Rol Toeristische Tafel Venlo

- ✓ **Platform** voor dialoog tussen ondernemers en gemeente. Coördinatie agenda en smeden coalities.
- ✓ **Samenstellen en coördineren van jaarplan**
- ✓ **Klankbordgroep = brede stakeholdergroep:** bestaande uit koploper-ondernemers/ organisaties en platforms Venlo Partners, Toeristisch Platform, Steyl Inspireert, Toeristisch infopunt, Limburgs Landschap, KHN, hoteloverleg, etc.
- ✓ **Kerngroep:** is klein uitvoeringsteam met afvaardiging van alle belangen en (speerpunt) gebieden.
- ✗ Niet beoordelen, maar adviseren van initiatieven uit de markt

Projectgerichte samenwerkingsvormen

- Uitvoering in wisselende coalities
- Publiek, privaat of publiek-privaat
- Flexibel: kunnen acties bijkomen of afvallen

FINANCIËN

FINANCIERING 2025-2028

Voor de uitvoering van deze agenda is in de gemeentelijke meerjarenbegroting circa € 200.000 op jaarbasis opgenomen. Dit budget is bedoeld voor de uitvoering van acties uit de uitvoeringsagenda en om initiatieven (zowel vanuit ondernemers als gemeente) die aansluiten op de doelstellingen te faciliteren, co-financieren en uit te voeren. Voor een aantal acties geldt dat het in eerste instantie om verkennende onderzoeken gaat. Afhankelijk van de uitkomsten en te nemen keuzes, zal indien nodig een apart projectplan worden opgesteld (inclusief financieringsbehoefte). Daarnaast geldt dat vanuit de in 2025 te herijken subsidieregulering Toerisme en recreatie een budget van circa € 108.000 is gereserveerd, bedoeld voor het aanjagen van initiatieven vanuit de sector.

Kijkend naar de huidige personele capaciteit op vrijetijdseconomie, de ambities en de gevraagde uitvoeringskracht om vanuit deze agenda tot resultaat te komen, is extra formatie wenselijk. Dit past ook bij een gemeente die de vrijetijdseconomie als speerpuntsector beschouwt en koploper vormt in de regio op dit domein.

Voorgaande organisatieprincipes, werkbudget en capaciteit ondersteunen de Venlose vrijetijdseconomie en toeristische initiatieven die een positieve bijdrage leveren aan onze centrale ambitie:

'FAN VAN VENLO'

SUBSIDIEREGEL TOERISME EN RECREATIE

De subsidieregulering Toerisme en recreatie is bedoeld om het toerisme in Venlo te versterken. De subsidie is voor rechtspersonen zonder winstoogmerk die actief zijn in de sector toerisme en recreatie. In 2024 is een evaluatie op de subsidieregulering uitgevoerd. Met deze evaluatie en de vernieuwde Uitvoeringsagenda Vrijetijdseconomie Venlo 2025-2028 is de basis gelegd voor een herijkte regulering. De regulering is nadrukkelijk bedoeld om nieuwe initiatieven een impuls te geven, waardoor structurele (exploitatie)subsidies niet voor de hand liggen. Toch kan het voorkomen dat een meerjarige subsidie gewenst is. In dat geval kan dat in het bestuurlijk overleg worden besproken en indien gewenst van deze basisregulering worden afgeweken (met bijbehorende procedure).

