

Bestuurlijke agenda Vechtdal

Een meerjarige koers voor de vrijetijdseconomie van het Vechtdal (Zwolle, Dalfsen, Ommen, Hardenberg, Staphorst, Reestdal)

Waar staan we nu

De vrijetijdseconomie in het Vechtdal is van groot belang voor de werkgelegenheid, het imago en de instandhouding van natuur en cultuur.

Niet voor niets heeft de provincie het Vechtdal uitgeroepen tot A-merk.

Het Vechtdal wordt steeds meer en steeds beter (h)erkend als toeristisch eenheid. In het Vechtdalkompas¹ wordt voor de vijf te herleiden pijlers van het Vechtdal (Zorg, Voeding, Verblijf, Water, en Organisatie) aangegeven, wat er in het Vechtdal gebeurt en staat te gebeuren om die positie te versterken.

Waar komen we uit bij ongewijzigd beleid

De komende jaren stijgt de concurrentie tussen regio's en sectoren. De belangstelling voor verblijfsrecreatie met enkel verblijf als hoofddoel daalt. Het accent komt meer te liggen op beleving en comfort.

Bij ongewijzigd beleid leidt dat tot een daling van het aantal bezoekers en bestedingen. Dat gaat ten koste van de werkgelegenheid, het imago en de vitaliteit van het Vechtdal en de Vechtdal gemeenten.

Onze strategie

Het Vechtdal heeft uitstekende troeven om deze ontwikkeling het hoofd te bieden. We kiezen voor een strategie, waarbij we de kracht van het Vechtdal op het gebied van Zorg en Voeding, inzetten om het Vechtdal op alle vijf de pijlers te versterken en te onderscheiden van andere regio's.

Onze ambitie

Het Vechtdal als "place to be" en kenniscentrum voor (h)eerlijke voeding en gezond genieten², met de gecombineerde inzet van de deskundigheid en faciliteiten van de vijf pijlers van het Vechtdal.

¹ Het Vechtdalkompas is besproken met de partners en is vastgesteld door de stuurgroep R&T Vechtdal. Het Vechtdalkompas is voorgelegd aan de colleges van B&W.

² Gezondheid is het vermogen zich aan te passen en een eigen regie te voeren, in het licht van de fysieke, emotionele en sociale uitdagingen van het leven. (Machteld Huber - 2011)

Hoe gaan we dat bereiken

- a) Vernieuwing bedrijfsvoering en producten via crossovers en samenwerking binnen en tussen de pijlers en andere disciplines zoals natuur en cultuur;
- b) Nieuwe verbindingen tussen bedrijfsleven, onderwijs en kennisinstellingen;
- c) Focus op de samenhang tussen stad en regio;
- d) Verbreding Marketing & Promotie.

Wat gaan we daarvoor tot stand brengen (toelichting z.o.z.)

Pijler Voeding

1. PMPC's (*Product Markt Partner Combinaties*) onderwijs en ondernemers in de keten van grond tot mond.
2. Het Vechtdal als gastronomische bestemming met een Vechtdal keurmerk (h)eerlijke voeding en gastronomisch aanbod verbonden met de regio.

Pijler Zorg:

3. Een centrum voor toegepast onderzoek en opleidingen op het gebied van voeding gerelateerde ziekten, overgewicht en ouderdomsondervoeding.
4. PMPC's verblijfsrecreatie en zorg gericht op gezond worden en blijven.

Pijler Verblijf

5. Een toekomstbestendig perspectief voor de Vechtdal verblijfsrecreatie.
6. Integratie dag- en verblijfsrecreatie met focus samenhang stad en regio.

Pijler Water

7. De Vecht inzetten als recreatierivier.
8. Investerings in waterfronten en waterprofielen.

Pijler Organisatie

9. Samenwerking jaar rond aanbod naar voorbeeld van het "Zillertal" model.
10. Verbreding Marketing & Promotie naar ook maatschappelijke thema's

Hoe gaan we dat organiseren

- Ondernemers zijn primair aan zet; overheid stimuleert en faciliteert.
- Maximaal gebruik maken van kennis, capaciteit en middelen bij bestaande speerpunten, organisaties en samenwerkingsverbanden.
- Er is een tendens waarneembaar van gebiedsplanning naar organische ontwikkeling van het gebied. Een wijze van werken die meer uitgaat van uitnodigingsplanologie dan van ontwikkelingsplanologie.
- Naast eenmalige impulsen (subsidie) verschuiving naar een meer strategische investeringsstrategie via revolverende fondsen.

Pijler Voeding

Het Vechtdal is een aantrekkelijke regio met op hoog niveau alle aspecten van duurzame en verantwoorde voeding “van grond tot mond”. In alle fasen van grond tot mond heeft Vechtdal voorbeelden van (inter)nationale klasse. In een straal van 40 km rond Zwolle zit de gastronomische top van Nederland met talloze Chefs met Michelin sterren en Bib Gourmands en de vermaarde Oldenhof kookwinkels en kookschool.

1. (H)eerlijke voeding

Met de inzet van de deskundigheid en het netwerk van de gastronomische chefs en kennispartners zoals Windesheim en Universiteit Wageningen, wordt het Vechtdal het centrum voor (h)eerlijke voeding in een integrale voedselketen van grond tot mond.

Nieuwe PMPC's:

- Om er van te genieten door het te eten, de productie te beleven, en de kwaliteit van gebied en mensen te ervaren;
- Om er van te leren door opleiding en masterclasses, stages te lopen bij producenten, horeca, toerisme en faciliterende bedrijven;
- Om te ontwikkelen door innovatie in producten en productiemethoden, business & bedrijfsmodellen, distributie & logistiek, bereiding, hospitality.

2. Vechtdal als culinaire bestemming

De sterren restaurants trekken een eigen publiek maar herbergen ook veel gastronomische deskundheid. Die kennis willen we gebruiken om het Vechtdal tot een culinaire bestemming te maken. Dat leidt tot een totaal aanbod; van de bezoeker die een restaurant bezoekt omdat hij nu eenmaal moet eten tot en met de bezoeker voor wie een bijzondere culinaire beleving het doel is van de reis. Culinair in dat kader ook als combi met bijvoorbeeld cultuur, natuur, waterbeleving, historie, shoppen etc. We zoeken de samenwerking met andere steden en regio's zoals de Hanzesteden langs de IJssel, IJsseldelta, WaterReijk, Salland en Noord Veluwe.

Pijler Zorg

Het Vechtdal heeft veel deskundigheid en aanbod op het gebied van gezondheid en zorg zoals Isala en de Isala Academie, het Health Innovation Park, zorginstellingen, klinieken voor bijvoorbeeld nierdialyse, onderzoek, groepsaccommodaties, Windesheim, ROC's, Abott Nederland en Achmea.

3. Centrum voor toegepast onderzoek en opleidingen

Naar analogie van Leuven, willen we komen tot een centrum dat vanuit de gastronomische invalshoek, toegepast onderzoek doet en opleidingen verzorgt op het gebied van voeding gerelateerde ziekten, overgewicht, (ouderdoms)ondervoeding en malnutrici.

Doelgroep zijn mensen die bewust om willen gaan met voeding en gezondheid, werkzaam zijn in de zorg of werkzaam zijn in de catering in de zorg en welzijn, overheidsinstellingen, scholen en bedrijfsleven.

4. PMPC's verblijfsrecreatie en zorg

Voor mensen met een beperking zijn er in het Vechtdal bijvoorbeeld de Imminkhoeve en de Zwieseborg.

De hervormingen in de gezondheidszorg leiden tot behandelingen verder van huis in gespecialiseerde ziekenhuizen zoals Isala. Met een nieuwe PMPC “verblijfsrecreatie met zorg” kan men tussen de behandelingen in een aantrekkelijkere omgeving verblijven en recreëren samen met familie, vrienden en kennissen. Andersom kunnen familie, vrienden en kennissen verblijven in het Vechtdal om in een plezierige omgeving dicht bij hun geliefde te zijn.

De ontwikkelingen in de medische wetenschap maken dat mensen met een ziekte, daarnaast nog behoorlijk gezond kunnen leven. Lichamelijke gezondheid wordt door die mensen vaak minder belangrijk gevonden dan psychische gezondheid en het vermogen om te participeren in de maatschappij. Met een nieuwe PMPC “zorgeloos genieten” brengen we mantelzorg naar een volgend plan en stellen mensen in staat om met hun ziekte om te gaan en daarnaast gezond verder te leven.

We plaatsen het Vechtdal ook in het perspectief van preventie, en steken in op wellness activiteiten. Lekker bijtanken, je volledig laten verwennen en herboren thuiskomen: “Vechtdal Overijssel; alle tijd”

Pijler Verblijf

Het Vechtdal heeft een ruim aanbod aan campings, bungalowparken, hotels, groepsaccommodaties en B&B's met voor elk wat wils.

Er is sprake van een verblijfsrecreatieparadox. Enerzijds is er sprake van een verzadigde markt die deels fors krimpt en anderzijds zijn nieuwe ontwikkelingen perspectiefvol mits onderscheidend met een eigen identiteit en op een A1 locatie.

5. Toekomstbestendig perspectief verblijfsrecreatie.

We gaan de sector stimuleren en faciliteren om een onderzoek uit te laten voeren naar de samenstelling van het huidige aanbod in relatie tot de wensen van de consument. Het onderzoek moet leiden tot een plan voor de regio met concrete maatregelen voor bedrijven.

Als overheid faciliteren we de uitvoering van het plan. Zo vragen andersoortige verblijfsaccommodaties om een meer organische ontwikkeling van het gebied. Een wijze van werken die meer uitgaat van uitnodigingsplanologie dan van ontwikkelingsplanologie. Insteek is het bieden van ruimte om de ondernemers in staat te stellen zich aan te passen aan de markt. In ZKN verband wordt daar ervaring mee opgedaan en daar maken we graag gebruik van. Minder uitgaan van vastomlijnde plannen en meer gebruik maken van zich aandienende kansen en mogelijkheden, is een filosofie die past binnen de meer strategisch gerichte samenwerking tussen stad en regio.

6. Integratie dag- en verblijfsrecreatie met de focus op de samenhang tussen stad en regio.

Het is moeilijk om je als bedrijf, stad of regio te onderscheiden. Het onderscheid zit niet in wat er is, maar in hetgeen er te beleven is. We gaan ondernemers stimuleren om verblijf en beleving met elkaar te verbinden tot nieuwe PMPC's en daarbij gebruik te maken van de kracht van de samenhang tussen stad en regio. De kracht zit hem er in dat je vanuit Zwolle snel in de regio bent en vanuit de regio snel in Zwolle bent. Er wordt vice versa te weinig gedaan met de iconen van stad en regio.

Pijler Water

De Vecht vormt een natuurlijke en centrale verbinding in het Vechtdal. Natuur en cultuur zijn ontstaan door de aanwezigheid van deze natuurlijke laaglandrivier.

7. De Vecht inzetten als recreatierivier.

Als onderdeel van het provinciale programma “Versterken vrijetijdseconomie Ruimte voor de Vecht” gaan we nieuwe PMPC's stimuleren op, aan en met het water van de Vecht door bijvoorbeeld op meerdere plekken, bij voorkeur op en nabij knooppunten, beleving toe te voegen, dan wel pleisterplaatsen te creëren. Waarbij het half natuurlijke karakter van de rivier een toeristische kwaliteit is.

8. Investeren in waterfronten en waterprofielen.

We investeren in het op een hoger plan brengen van de ‘waterfronten’ en ‘waterprofielen’. Hardenberg ontwikkelt het Vechtpark en de passantenhaven krijgt een impuls, het Waterfront van Ommen komt beter naar voren, evenals het Waterfront van Dalfsen. In Zwolle vinden meer activiteiten plaats op het water / in de stadsgracht.

Pijler Organisatie

Als regio gaan we ons onderscheiden van andere regio's door de kracht van het Vechtdal op het gebied van voeding (productie en bereiding), gezondheid en zorg uit te bouwen tot de identiteit van het Vechtdal. Een identiteit die de vijf pijlers verbindt en versterkt zonder afbreuk te doen aan ieders eigen positie.

9. Samenwerking en jaar rond aanbod

Met de keuze voor een identiteit voor het Vechtdal willen we het aanbod richten en beter herkenbaar maken. We verdiepen ons in het geheim van de samenwerking in wintersportgebieden zoals het Zillertal om de samenwerking in het Vechtdal te versterken.

10. Verbreding Marketing & Promotie

De voorgestane identiteit en verbindingen leiden tot een verbreding van Marketing & Promotie. Naast het vindbaar maken van het aanbod worden beleving en de assets van het Vechtdal op het gebied van voeding en gezondheid het vertrekpunt met daarbij passende bezienswaardigheden en verblijfsaccommodaties.