

Beleidsplan Recreatie en Toerisme 2026 – 2030

De raad van de gemeente Noordoostpolder,

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders van 4 november 2025, no. 25.0001929;

gelet op artikel 189 en 192 van de gemeentewet,

Besluit: Het geamendeerde voorstel is na hoofdelijke stemming met algemene stemmen aangenomen.

1. Het beleidsplan Recreatie & Toerisme **gewijzigd vast** te stellen, met dien verstande dat de tekst onder 'Bedreigingen' als volgt aan te vullen (pag. 17):

- ***Het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen krijgt meer negatieve aandacht***

Het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de invloed daarvan op mens en natuur krijgt steeds meer aandacht. Dat kan het maatschappelijk draagvlak voor de teelten, die belangrijk zijn voor het toeristisch product in de Noordoostpolder, onder druk zetten.

2. Een incidenteel budget van € 200.000 voor het jaar 2026 beschikbaar te stellen ter uitvoering van het beleidsplan Recreatie en Toerisme.
3. De 4e wijziging van de Programmabegroting 2026-2029 vast te stellen.

Voor de jaren 2027 t/m 2030 de benodigde structurele middelen voor de realisatie van het beleidsplan Recreatie en Toerisme te betrekken bij de integrale afweging die plaatsvindt bij de (concept)perspectiefnota 2027-2030 en de primitieve ramingen in de programmabegroting 2027-2030.

1. INLEIDING

In de Omgevingsvisie Noordoostpolder 2050 is de deelopgave vastgelegd om recreatie en toerisme in gemeente Noordoostpolder actief te stimuleren. Dat doen we niet voor niets. Investeren in recreatie en toerisme heeft een directe positieve invloed op het welzijn van inwoners en bezoekers. Maar dat niet alleen. Wij zijn ervan overtuigd dat de vrijetijdseconomie bijdraagt aan een vitale samenleving, een vitale economie en een prettige leefomgeving.

Om hieraan vorm en inhoud te geven, hebben we de ambities die uitgesproken zijn in de omgevingsvisie en het coalitieakkoord verder uitgewerkt in dit beleidsplan recreatie en toerisme, inclusief uitvoeringsprogramma en financieel kader.

1.1 Totstandkoming beleidsplan

Voor het opstellen van dit beleidsplan is onderzoek uitgevoerd en een participatietraject doorlopen. Onderstaande bouwstenen zijn de basis voor de volgende hoofdstukken:

- Deskstudie naar feiten, cijfers, trends, ontwikkelingen en bestaand beleid;
- Een marktanalyse van vraag en aanbod van dag- en verblijfsrecreatie in de Noordoostpolder;
- Een themabijeenkomst met het college van burgemeester en wethouders;
- Twee dialoogbijeenkomsten met een brede groep belanghebbenden uit de sector;
- Inwonersparticipatie door middel van een online vragenlijst via het Burgerpanel en sociale media;
- Tien verdiepende interviews met diverse belanghebbenden vanuit relevante organisaties;
- Interne afstemming via een klankbordgroep vanuit diverse beleidsterreinen en afdelingen.

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 nemen we u mee naar onze stip op de horizon voor recreatie en toerisme in de Noordoostpolder. Hoofdstuk 3 bevat een samenvatting van de verschillende bouwstenen. Op basis hiervan is in hoofdstuk 4 een SWOT-analyse weergegeven, waarin we de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de recreatie- en toerismesector in de Noordoostpolder analyseren. In hoofdstuk 5 presenteren we onze ambitie en speerpunten voor de komende jaren. In hoofdstuk 6 volgt een uitvoeringsprogramma dat de basis vormt om onze ambities te realiseren. Ten slotte gaan we in hoofdstuk 7 in op de financiële middelen.

2. ONZE STIP OP DE HORIZON

De Noordoostpolder is een uniek gebied dat het ontdekken meer dan waard is. We zijn een gemeente met een bijzonder verhaal: ontstaan vanaf de tekentafel, gebouwd door mensen met visie en lef en gevormd door een gemeenschap die pionieren in haar DNA heeft. In het landschap herken je het verhaal van de polder. De gewassen op het land geven kleur aan de seizoenen en de uitgestrekte bossen her-

bergen de meest bijzondere monumentale schatten. We zijn trots op wie we zijn. Hier geloven we dat niets onmogelijk is, als je nieuwe ideeën de ruimte geeft.

Het clichébeeld van een saaie en kale polder is allang achterhaald, maar de beeldvorming is hardnekkig. Niet alleen buiten de polder, ook bij onze eigen inwoners. Over tien jaar is dat veranderd. Dan is de Noordoostpolder stevig gepositioneerd als een aantrekkelijke bestemming, met een breed aanbod aan activiteiten en voorzieningen voor een plezierige vrijetijdsbesteding. Onze inwoners zijn trotse ambassadeurs en bezoekers ervaren de polder als een verrassend en uniek stukje Nederland dat je beleefd móét hebben.

De verhalen van de Noordoostpolder zijn nog meer zichtbaar en beleefbaar in het landschap. Toeristische parels zijn met elkaar verbonden en vormen een samenhangend geheel. Bezoekers van publiekstrekkingen -zoals het UNESCO werelderfgoed Schokland of Pantropica- worden verleid om hun bezoek uit te breiden met andere aantrekkelijke bestemmingen in de Noordoostpolder. Hierdoor blijven bezoekers langer, besteden ze meer en is de vrijetijdseconomie uitgegroeid tot een belangrijke economische pijler die jaar rond werkgelegenheid biedt en andere sectoren versterkt.

We hebben geïnvesteerd in de beleefbaarheid van de Noordoostpolder. De randvoorwaarden zijn op orde: de recreatieve voorzieningen en infrastructuur in de openbare ruimte zijn uitgebreid en ondernemers hebben ruimte gekregen om te groeien of iets nieuws te starten in de dag- en verblijfsrecreatie. We werken nauw samen met partijen in de cultuur-, erfgoed en evenementensector. Samen werken we aan één doel: een gastvrije en bruisende Noordoostpolder voor inwoners en bezoekers.

“Laat je verrassen door het veelzijdige vrijetijdsaanbod in de Noordoostpolder en vertel het aan anderen!”

Hans Wijnants, wethouder Recreatie en Toerisme

3. BOUWSTENEN

Er zijn onderzoeken uitgevoerd om te komen tot een onderbouwde en gedragen visie. Deze deelonderzoeken vormen samen de bouwstenen van onze ambitie en het uitvoeringsprogramma. In dit hoofdstuk geven we een samenvatting van de bouwstenen.

3.1 Recreatie en toerisme in Noordoostpolder

Bij het ontwerpen en inrichten van de polder speelde recreatie nauwelijks een rol. De inrichting van het nieuwe land was vooral functioneel, gericht op landbouw en efficiënte opbouw van de dorpen. Tegenwoordig groeit het besef dat de unieke kwaliteiten van de Noordoostpolder aantrekkelijk zijn voor inwoners en bezoekers. Het gebied kenmerkt zich door een combinatie van rust, ruimte en verrassende veelzijdigheid.

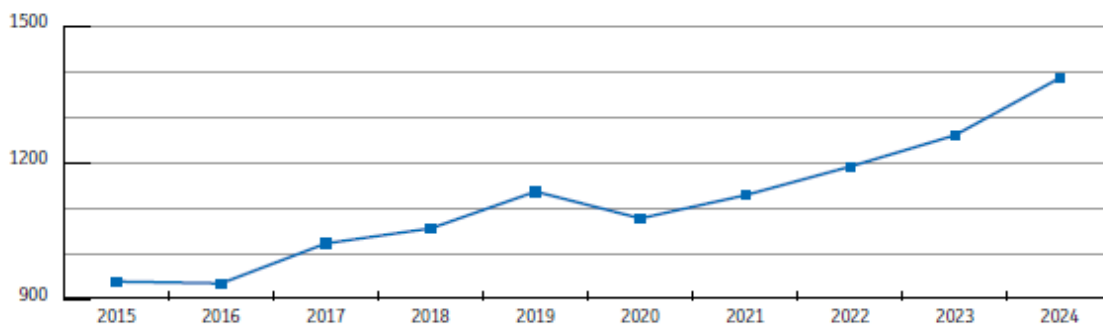
Effecten recreatie en toerisme

Niet alle effecten van recreatie en toerisme zijn meetbaar. Naast een directe economische spin-off van bezoekers van buiten de gemeente, zorgen bezoekers ook voor de instandhouding van voorzieningen en het aantrekkelijk maken van de woonomgeving voor inwoners. Denk bijvoorbeeld aan aantrekkelijke fiets- en wandelroutes waar zowel inwoners als bezoekers van profiteren, of horecavoorzieningen en detailhandel die zonder bezoekers niet rendabel zijn. Recreatie en toerisme wordt daarom steeds meer gezien als relevant middel om bij te dragen aan brede welvaart en daarmee aan het welzijn van mensen, zowel inwoners als bezoekers.

De sector in cijfers

Banen

In gemeente Noordoostpolder bevindt het aandeel banen in de vrijetijdsector met 4,6% nog onder het gemiddelde van provincie Flevoland (5,7%) en Nederland (6,6%). Er is wel een opvallende ontwikkeling te zien. Tussen 2019 en 2023 groeide het aantal banen in de sector met ruim 10%. Die groei is een stuk sterker dan het provinciaal en landelijk gemiddelde.



Afbeelding 1: Banen in de Recreatie en Toerisme sector in Noordoostpolder

Bron: Provincie Flevoland, o.b.v. Vestigingenregister

Overnachtingen

Ook zien we een sterke toename in het aantal overnachtingen in de gemeente, met name bij de hotelovernachtingen – van 106.182 overnachtingen in 2019 naar 186.382 overnachtingen in 2024. Deze stijging komt grotendeels voor rekening van de opening van een nieuw hotel in 2023 in het Waterloopbos. De cijfers laten hiermee zien welk effect het toevoegen van verblijfsaanbod heeft op het totaal aantal overnachtingen, zonder dat dit ten koste gaat van de bezettingsgraad bij bestaande hotels. Ten opzichte van 2019 is het aandeel buitenlandse bezoekers uit bijvoorbeeld Duitsland en België toegenomen.

Aantal overnachtingen

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Camping	50.305	75.982	102.677	77.749	82.077	89.958				
Hotel	106.182	78.504	104.690	119.664	119.205	186.382				
B&B	2.802	3.150	5.076	6.661	5.481	7.321				
Totaal	156.487	154.486	207.367	197.413	201.282	276.340				

Afbeelding 2: Het aantal overnachtingen in Noordoostpolder trekt aan.

Dagrecreatie

Toeristische trekkers zoals Pantropica, UNESCO werelderfgoed Schokland, Rijksmonument Waterloopbos en Netl Park dragen bij aan de aantrekkingskracht van de gemeente. Het Waterloopbos en Schokland trokken elk ongeveer 100.000 bezoekers. In de Dagattractie Top 50 behoorde Pantropica met 488.017 bezoekers in 2024 tot de top 3 grootste stijgers voor bezoekersaantallen ten opzichte van 2023. Een groei van 15%. Ook evenementen kunnen rekenen op veel bezoekers van buiten de Noordoostpolder, zoals het jaarlijkse Tulpenfestival met circa 80.000-100.000 bezoekers.

3.2 Trends en ontwikkelingen Veranderend perspectief op recreatie

We zien de afgelopen jaren een veranderend perspectief op recreatie en toerisme. Waar vroeger de focus met name lag op economisch profijt, wordt recreatie steeds meer gezien als middel voor het welzijn van mensen en voor de brede welvaart voor de inwoners van een gemeente of regio. Recreatie en toerisme kunnen bijdragen aan het in stand houden van lokale voorzieningen, behouden en verbeteren van (recreatieve) fiets- en wandelpaden waar ook inwoners van profiteren. Dit wordt onder andere onderschreven door de Leidraad Bestemmingsmanagement van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC).

Groei inkomend toerisme

Buitenlandse toeristen weten Nederland en Flevoland beter te vinden, met name gasten uit Duitsland en België. Deze internationale markt groeit gestaag en blijft belangrijk voor de regio. Volgens de prognose verblijfstoerisme 2035 van het NBTC en CELTH, groeit het aantal verblijfstoeristen in Flevoland van 831.000 in 2023 naar 956.000 in 2035. Waarbij het inkomend toerisme met 17% groeit en het binnenlands toerisme groeit met 14%. Deze cijfers wijzen op een sector in ontwikkeling en met potentie voor groei waar we in de Noordoostpolder op in kunnen spelen.

Vraag naar maatwerk

In de verblijfsrecreatie ontstaat steeds meer ruimte voor maatwerk. Dat betekent een unieke ervaring en persoonlijk afgestemde producten. Enerzijds is er vraag naar back-to-basic kamperen, anderzijds groeit glamping en luxe kamperen sterk. Ook de 55-plus doelgroep is in opkomst: ze zijn reislustiger, vermogender en kiezen vaker voor luxe of speciale ervaringen zoals culinaire reizen. Er is een groeiende landelijke trend waarin boeren recreatie en toerisme als nevenactiviteit ontwikkelen. Gerelateerd aan dit onderwerp zien we in de Noordoostpolder veel agrarische erven vrijkomen. Dat komt door schaalvergroting of bedrijfsbeëindiging. Hierdoor komt er ruimte vrij die eventueel recreatief ingevuld kan worden. Door agrotourisme te stimuleren, kan de gemeente het agrarisch karakter én recreatie in de Noordoostpolder versterken.

Meer jaarrond recreëren

Een opvallende ontwikkeling is de verschuiving naar vakanties buiten het hoogseizoen. Steeds meer mensen hebben de vrijheid om op andere momenten te reizen. Ondernemers spelen hier slim op in met wintervaste accommodaties en overdekte voorzieningen. Ook korte vakanties van één tot drie nachten worden steeds populairder. Het aloude recreatieseizoen van 15 maart tot en met 31 oktober is inmiddels achterhaald.

Vaker gebruik van de e-bike en grotere actieradius

Het gebruik van de elektrische fiets groeit explosief: in 2022 nam het aantal e-bikekilometers met 29% toe en naar verwachting verdubbelt dit voor 2028. Deze trend versterkt de rol van de e-bike als serieus vervoersmiddel en biedt kansen voor recreatieve fietsinfrastructuur gericht op langere afstanden.

Digitalisering neemt toe

Digitalisering biedt kansen om verhalen in de regio tot leven te brengen. Denk aan interactieve routes op je telefoon waarbij je via Artificial Intelligence (AI) of Augmented Reality (AR) extra informatie of beelden te zien krijgt. Zo kun je bijvoorbeeld door een historische locatie lopen en via een AR-app een verhaal beleven dat zich daar heeft afgespeeld.

Toenemende bezoekersdruk in buurgemeenten

De groei van het toerisme biedt kansen voor verdere samenwerking. De Noordoostpolder is omgeven door populaire bestemmingen, zoals Nationaal Park Weerribben-Wieden, Urk, het Friese Merengebied en Hanzestad Kampen. Dit maakt onze gemeente aantrekkelijker voor de recreant. Enerzijds omdat bezoekers van de Noordoostpolder langer in ons gebied kunnen verblijven vanwege het aanbod in de buurgemeenten. Anderzijds kan de Noordoostpolder voor recreanten een interessant alternatief zijn voor (te) drukke bestemmingen in de buurgemeenten. Dit vraagt nauwe samenwerking tussen gemeenten en destiniemarketingorganisaties, met een gezamenlijke blik op de regio, over administratieve grenzen heen.

Btw-verhoging in 2026

In de verblijfsrecreatie komt de betaalbaarheid voor sommige doelgroepen onder druk te staan, onder andere door prijsstijgingen en de geplande btw-verhoging. In 2026 zal op verblijven in logies de btw worden verhoogd van 9% naar 21%. Dat betekent dat overnachtingen fors duurder worden.

Meer aandacht voor duurzaamheid en natuurwaarden

Mensen kiezen bewust voor milieuvriendelijke accommodaties om hun impact te minimaliseren en van een vakantie te genieten. Verder verwachten bezoekers steeds vaker dat ondernemers op een verantwoorde manier omgaan met energieverbruik, afvalverwerking en natuur. Omliggende natuur en agrarische functies gaan niet altijd goed samen met toeristische initiatieven, bijvoorbeeld vanwege versto-

ringsafstanden, spuitzones en geluidshinder. Beschermingszones rond natuur- en recreatiegebieden leggen druk op agrariërs en recreatieondernemers en beperken de ruimte voor uitbreiding en bedrijfsontwikkeling. Dit vraagt om nieuwe investeringen en duurzame oplossingen, terwijl de ruimte en midelen steeds schaarser worden.

Lokale Inclusie Agenda Noordoostpolder

Gemeente Noordoostpolder werkt aan een samenleving waarin iedereen mee kan doen. De Lokale Inclusie Agenda beschrijft drie belangrijke vormen van inclusie: schriftelijke en digitale inclusie, mentale en sociale inclusie en fysieke toegankelijkheid. Met name fysieke toegankelijkheid speelt een rol voor recreatieve voorzieningen. We streven ernaar om recreatieve voorzieningen beter toegankelijk te maken voor mensen met een beperking, bijvoorbeeld in samenwerking met het Toegankelijkheidspanel.

3.3 Relevant beleid

Omgevingsvisie Noordoostpolder 2050

De Omgevingsvisie Noordoostpolder 2050 is vastgesteld in 2024 en geldt als basis voor het toekomstig toeristisch-recreatief beleid in de Noordoostpolder. In de omgevingsvisie zijn drie kernopgaven uitgewerkt in 14 deelopgaven. Recreatie en toerisme valt onder kernopgave 3 'Aantrekkelijke regio': De Noordoostpolder biedt veel. Voor huidige en toekomstige inwoners, voor ondernemers, voor bezoekers. En daarom werken we aan het bieden van voorwaarden en voorzieningen om een aantrekkelijke, toekomstbestendige en unieke regio te zijn.

We willen recreatie en toerisme actief stimuleren, omdat dit een directe positieve invloed heeft op het welzijn en de welvaart van inwoners. In deelopgave 12 is geformuleerd wat we hiervoor gaan doen, waar we dit gaan doen en met wie we dit oppakken. De opgaven kunnen onderverdeeld worden in drie categorieën: gebiedsontwikkeling, aanbodontwikkeling en productontwikkeling. We zetten hierbij in op het (door) ontwikkelen en verbinden van voorzieningen en bestemmingen, zodat er voor inwoners en bezoekers meer te beleven is en er een samenhangend geheel ontstaat.

We willen met name inzetten op onderstaande gebieden:

1. De corridor, het gebied tussen Emmeloord en het Kuinderbos;
2. De ooststrand, het gebied van de voormalige Zuiderzeekust aan de oostkant van de Noordoostpolder;
3. De kuststrook, met name aan de zuidoostkant: nabij het Ketelmeer, Zwarte Meer, Vollenhoverkanaal en Vollenhovermeer;
4. De erfgoedzone, een gebied dat loopt vanaf Urk, via Nagele, Schokland en Oud-Kraggenburg, naar het Waterloopbos.

Er kan meer aanbod worden ontwikkeld door het aanleggen van betere fiets- en wandelroutes, toegankelijke locaties en het toepassen van plattelandstoerisme. Ten slotte geeft de gemeente aandacht aan storytelling, meer evenementen en promotie, zodat het verhaal van de Noordoostpolder beter zichtbaar en beleefbaar wordt.

De omgevingsvisie is een integrale langetermijnvisie voor de hele fysieke leefomgeving, waarin ook sociale onderwerpen een belangrijke rol spelen. Dit betekent dat we bij de uitvoering van de deelopgaven ook nadrukkelijk breder kijken dan alleen recreatie en toerisme. We zien bijvoorbeeld directe koppelkansen met cultuur, erfgoed en sport, maar willen daarnaast het sociaal domein actief betrekken.

Perspectief Flevoland 2030

Volgens het provinciale beleid voor toerisme in Flevoland profiteert elke Flevolander en ondernemer in 2030 van de kansen die toerisme biedt. De provincie heeft het verhaal van Flevoland op hoofdlijnen uitgezet in vier thema's. Deze thema's stimuleren om het verhaal van Flevoland binnen én buiten de provinciegrenzen te vertellen. Een aantal aspecten van deze thema's zijn van toepassing voor de Noordoostpolder.

Hieronder staan de vier provinciale verhaallijnen beschreven:

1. Watererfgoed (communicatieboodschap: Schatkamer van de Zuiderzee)

De inpoldering van Flevoland staat als één van de grootste waterbouwkundige projecten ter wereld centraal. Door de inpoldering van de Noordoostpolder kwamen Urk en Schokland op het droge te liggen en kwamen archeologische schatten 'bovendrijven', zoals velerlei scheepswrakken. Het watererfgoed laat de eeuwenoude strijd tegen het water herleven.

2. **Agro & Food (communicatieboodschap: Rijk aan smaak en kleur)**

De planmatige inrichting en de vruchtbare grond van ons 'man made land' zorgen ervoor dat Flevoland dé landbouwprovincie van Nederland is. En wist je dat Flevoland een van de grootste tulpengebieden van Nederland heeft? Kom langs op een van de vele boerderijen en geniet van de streekproducten. Van kleurrijke bloemen, verfrissend ijs en heerlijke kaas tot aardappelen van eigen land.

3. **Nieuwe Natuur (communicatieboodschap: Een zee van nieuwe natuur)**

De natuur van Flevoland is ontstaan achter de tekentafel en uitgegroeid tot ruige nieuwe wildernissen. In de loofbossen en het weidse water gaat de natuur haar eigen gang. In deze 'man made natuur' leven veel soorten vogels, zoals de buizerd, torenvalk, lepelaar en blauwborst. De ruige natuur blijft zich uitbreiden, dus wie weet hoe de Nieuwe Natuur er in de toekomst uitziet.

4. **Vernieuwend Ontwerp (communicatieboodschap: Ontwerpen met lef)**

Niet één landschap in Nederland ademt zo de twintigste eeuw als Flevoland. In Flevoland is ruimte voor eigenzinnigheid. Misschien dat daarom nergens zoveel vernieuwende ontwerpen zijn. De experimentele architectuur en spectaculaire landschapskunst op verrassende plekken kenmerken de eigentijdse poldersteden en dorpen. Er komen nog steeds nieuwe ontwerpen bij, want ontwikkelen zit nou eenmaal in de genen van de Flevolander.

Gemeente Noordoostpolder is vanwege de bestaande kansrijke iconen en het 'on brand aanbod' ketenpartner voor alle vier verhaallijnen en draagt bij aan het realiseren van de ontwikkelopgaven.

Strategisch Marketingplan Gebiedsmarketing Noordoostpolder

In 2021 heeft de gemeente een nieuwe marketingstrategie vastgesteld. Het doel is om integraal vanuit wonen, werken en recreëren de aantrekkelijkheid van de Noordoostpolder met één kernboodschap uit te dragen. Hiervoor is in 2019 een associatie- en imago-onderzoek uitgevoerd. Rust, ruimte en natuur kwamen duidelijk naar voren als sterke aspecten. Toch werd de polder ook vaak als 'saai' bestempeld. Opvallend genoeg beoordelen bezoekers de gemeente positiever nadat ze er zijn geweest. Er ligt dus een kans om de zichtbaarheid en beleving van de polder te verbeteren.

De marketingstrategie richt zich op sterke verhalen, herkenbare plekken en het versterken van trekpleisters zoals Schokland, Pantropica en het Tulpenfestival. Stichting Gemaakt in dé Noordoostpolder is op dit moment verantwoordelijk voor de uitvoering van de gebiedsmarketing, samen met een brede groep stakeholders. Gemeente Noordoostpolder is zowel als stakeholder als subsidieverlener betrokken.

De provinciale destiniatiemarketingorganisatie (DMO) Visit Flevoland voert voor de gemeente gebiedsmarketing uit via het platform Visit Noordoostpolder. Dit doet Visit Flevoland in afstemming met Stichting Gemaakt in dé Noordoostpolder. Samenwerking met partners en ondernemers is belangrijk voor een samenhangende gebiedspromotie, net als het inzetten van inwoners als ambassadeurs. Zo ontstaat er meer betrokkenheid en wordt de Noordoostpolder steeds zichtbaarder als een aantrekkelijke recreatieve bestemming.

Sportvisie Noordoostpolder 2026-2035

In juli 2025 in de Sportvisie Noordoostpolder 2026-2035 vastgesteld. Sport en bewegen zijn een belangrijk onderdeel van het leven in de Noordoostpolder. Het brengt mensen letterlijk en figuurlijk in beweging en zorgt voor verbinding. Daarmee draagt het in grote mate bij aan de fysieke en mentale gezondheid van onze inwoners én aan de leefbaarheid van onze dorpen.

In relatie met recreatie en toerisme zien we kansen voor grotere sportieve evenementen in onze regio, die impact hebben en bijdragen aan bredere doelen zoals gebiedspromotie en het versterken van dagen verblijfsrecreatie.

Overige relevante beleidsterreinen

Parallel aan de ontwikkeling van dit beleidsplan recreatie en toerisme wordt er gewerkt aan nieuw sociaal-economisch beleid, een nieuwe cultuurnota en een herijking van het erfgoedbeleid. We streven hierbij naar een integrale aanpak, onderlinge samenhang en het voorkomen van discrepantie in beleid.

3.4 Verdiepende gesprekken

Om een beter beeld te krijgen van de sector in de Noordoostpolder zijn verdiepende gesprekken gevoerd met ondernemers, marketingorganisaties, belangenorganisaties en andere partijen. Overkoepelend

spreeken de gesprekspartners over het groeiende belang van recreatie en toerisme binnen de Noord-oostpolder. Er is groei te zien in de sector en de gemeente zet recreatie en toerisme hoger op de agenda. Bezoekers komen volgens de gesprekspartners vooral naar de Noordoostpolder voor Pantropica en werelderfgoed Schokland. Ondernemers zien een toenemende wil om het aanbod uit te breiden. Tegelijkertijd wordt er aandacht gevraagd voor knelpunten, zoals ingewikkelde procedures en gebrek aan samenwerking.

Het verhaal van de polder

De kracht van de Noordoostpolder zit volgens de geïnterviewden in haar uiteenlopende verhalen. Deze verhalen zijn nog onvoldoende bekend en nauwelijks beleefbaar. De gesprekspartners zien een kans door deze verhalen beter te vertellen. Dat kan via fiets- en wandelroutes, arrangementen of evenementen. Hierdoor geven we bezoekers en inwoners meer reden om te blijven en terug te komen.

Potentie van de fiets en het water

Een aantal gesprekspartners zien ook praktische ontwikkelkansen. Fietsen wordt genoemd als laagdrempelige manier om de polder te beleven. Als positief voorbeeld wordt de pilot met deelfiets hubs genoemd om het buitengebied beter bereikbaar te maken en het (elektrisch) fietsgebruik te stimuleren. Er ontbreken echter recreatieve verbindingen en het aanleggen van fietspaden is lastig, vanwege onvoldoende draagvlak bij private grondeigenaren en pachters. Waterrecreatie komt ook in de gesprekken naar voren als ontwikkelkans. Bijvoorbeeld voor kano's, SUP's en kleine sloepjes. Voor pleziervaartuigen ontbreken nu aanlegsteigers en vaarroutes wat ervoor zorgt dat pleziervaart uitwijkt naar buurgemeenten.

Samenwerking

Uit de gesprekken komt naar voren dat het gebrek aan samenwerking als belangrijk knelpunt ervaren wordt. Ondernemers geven aan dat er veel wordt gepraat, maar dat actie vaak uitblijft. Kleine ondernemers missen tijd en capaciteit om aandacht te besteden aan overkoepelende onderwerpen en strategische thema's, grotere ondernemers voelen niet altijd de urgentie om samen te werken. Ook de rolverdeling tussen de twee actieve organisaties in gebiedsmarketing (Visit Flevoland en Stichting Gemaakt in de Noordoostpolder) is voor velen onduidelijk. Ondernemers weten niet goed bij wie ze moeten aankloppen.

Aanvullend zijn de ontwikkelingen op het terrein van het NLR nabij het Waterloopbos ter sprake gekomen. Deze ontwikkelingen kunnen ervoor zorgen dat recreatieve locaties niet kunnen uitbreiden en er geen nieuwe recreatieve activiteiten ontwikkeld kunnen worden. Tot slot komt de wens naar voren om de gemeente actiever te zien als facilitator. Vergunningstrajecten zijn nu complex en tijdrovend, met name bij ontwikkelingen in het buitengebied. Er is behoefte aan meer regie, experimenteer ruimte en daadkracht, zodat nieuwe initiatieven sneller van de grond komen.

3.5 Inwonersonderzoek

In maart 2025 zijn inwoners van de Noordoostpolder drie weken in de gelegenheid gesteld om deel te nemen aan een inwonersonderzoek. Hiervoor heeft de gemeente Noordoostpolder het burgerpanel ingeschakeld en de enquête gedeeld via sociale media. Uiteindelijk hebben 482 respondenten de vragenlijst ingevuld.

De belangrijkste resultaten

Uit de resultaten van de enquête blijkt dat inwoners van de Noordoostpolder vooral recreëren door te wandelen, natuurgebieden te bezoeken, te winkelen in Emmeloord en gebruik te maken van horeca. Watersport en overnachten in een verblijfsaccommodatie wordt door inwoners weinig ondernomen. De kwaliteit van recreatieve voorzieningen, wandel- en fietspaden, dagrecreatieparken en culturele voorzieningen, wordt over het algemeen positief beoordeeld.

Rust, ruimte en het karakteristieke polderlandschap met zijn geschiedenis worden als belangrijkste aantrekkingskracht gezien. De meeste inwoners ervaren daarom door de komst van bezoekers een toegenomen levendigheid in de gemeente en gevoel van trots om inwoner te zijn van de Noordoostpolder. Ook zien zij het belang van bezoekers voor de lokale economie, het in standhouden van voorzieningen en de kwaliteit van horeca en winkels. Over het gemeenschapsgevoel en de betrokkenheid zijn de meningen verdeeld. Een groot deel van de inwoners vindt dat er (veel) te weinig bezoekers komen in Emmeloord. Tegelijkertijd zijn er kanttekeningen over de veiligheid op buitenwegen en is men minder tevreden over het stadscentrum, het zwembad en het horeca-aanbod. Ruim een derde van de respondenten mist voorzieningen, zoals veilige wandel- en fietsroutes, horeca, zwemvoorzieningen, kind- en jongerenaanbod, hondvriendelijke gebieden en ruimte voor waterrecreatie. De bereikbaarheid met het openbaar vervoer wordt door een meerderheid van de inwoners als onvoldoende beoordeeld.

Inwoners zijn ook bevraagd over het toekomstig beleid. Daarin vindt men het belangrijk dat het beleid zich richt op het aantrekkelijker maken van de gemeente voor zowel inwoners als bezoekers. Daarnaast wordt ondersteuning van lokale initiatieven en een jaarrond recreatief aanbod gewaardeerd.

3.6 Marktverkenning

De laatste bouwsteen is een marktverkenning. Op basis van beschikbare gegevens, zoals bezettingscijfers en toeristenbelastingen, is verkend of er vanuit de markt nog ruimte is voor nieuwe initiatieven in de verblijfsrecreatie. Een uitgebreide analyse is te vinden in het document Marktverkenning toerisme en recreatie in gemeente Noordoostpolder, door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, van juli 2025. Hieronder staan de belangrijkste bevindingen.

Marktinzicht verblijfsrecreatie

Opvallend is dat de sector sterk in beweging is. Er is recent veel nieuw verblijfsrecreatief aanbod bijgekomen. Dit is kwalitatief en verrassend aanbod dat nog niet goed bekend is. Ook voor de komende jaren staat er in meerdere deelsectoren nog veel ontwikkeling gepland. Er zijn daarom voor camperplaatsen en B&B's kansen voor nieuwe ontwikkelingen. Voor hotels, vakantieparken, kampeerterreinen en groepsaccommodaties zijn er ook kansen voor ontwikkeling, maar hierbij is het extra belangrijk dat er voldoende onderscheidend vermogen is ten opzichte van het huidige aanbod.

Onderscheidend vermogen in horeca, dag- en verblijfsrecreatie

Of een nieuw initiatief succesvol is, hangt niet alleen af van de hoeveelheid beschikbare marktruimte, maar ook van factoren zoals de kwaliteit van het aanbod, de aantrekkelijkheid voor specifieke doelgroepen en het onderscheidend vermogen. Ook met beperkte marktruimte kan onderscheidend aanbod zijn eigen vraag creëren.

Bedrijven kunnen zich onder andere onderscheiden in de aantrekkelijkheid voor bepaalde doelgroepen. Voor de Noordoostpolder is gekeken naar het huidige aanbod in de dag- en verblijfsrecreatie en de aantrekkelijkheid ervan voor de verschillende doelgroepen op basis van doelgroepensegmentatie van de Leefstijlvinder. Per deelsector (horeca, dag- en verblijfsrecreatie) zijn er enkele verschillen.

Voor de horeca is er met name ontwikkelruimte voor de stijlzoeker, maar ook voor de inzicht- en rustzoeker.

- In de horeca betekent dat horecaformules die voor de **stijlzoekers** een stijlvolle en kwalitatieve setting bieden met aandacht voor design en smaak.
- Voor de **inzichtzoekers** is eigentijdsheid en comfort ook van belang, maar zij zijn juist ook zoek naar gerechten uit de streek en aandacht voor het verhaal.
- De **rustzoeker** is op zoek naar een rustige, vertrouwde ruimte waar gasten kunnen genieten in hun eigen tempo met vertrouwde en eenvoudige gerechten.

Voor de dagrecreatie is er met name ontwikkelruimte voor de plezier-, stijl- en avontuurzoeker:

- **Plezierzoekers** trekken er graag op uit om samen iets leuks te doen. Ze houden van gezelligheid, vermaak en levendigheid. Denk aan toegankelijke activiteiten zoals speelbossen, fietsroutes met beleving, evenementen of attracties waar je met het hele gezin van kunt genieten.
- **Stijlzoekers** zoeken in hun vrije tijd kwaliteit en een bijzondere sfeer. Ze waarderen goed verzorgde locaties met een aantrekkelijke uitstraling, originele vormgeving of kunstzinnige elementen. Voor deze groep is het uiterlijk en de ambiance net zo belangrijk als de activiteit zelf.
- **Avontuurzoekers** zijn nieuwsgierig en ondernemend. Ze proberen graag nieuwe dingen uit, liefst actief of buiten de gebaande paden. Voor hen zijn activiteiten of plekken aantrekkelijk die verrassen of uitdagen.

In de verblijfsrecreatie is er met name ontwikkelruimte voor de stijl- en inzichtzoeker.

- **Stijlzoekers** hechten veel waarde aan comfort, luxe en esthetiek. Ze kiezen hun verblijf bewust uit op sfeer, uitstraling en kwaliteit. Denk aan goed ontworpen accommodaties met hoogwaardige inrichting, ruime kavels, wellnessvoorzieningen en aandacht voor service en beleving. Voor deze groep zijn details als een mooi uitzicht, designmeubilair of een verzorgd ontbijt van grote meerwaarde.
- **Inzichtzoekers** zoeken tijdens hun verblijf vooral rust, ruimte en betekenisvolle ervaringen. Ze zijn gevoelig voor de omgeving waarin ze verblijven: authentiek, groen en met een verhaal. Deze groep kiest eerder voor accommodaties die zijn ingebed in het landschap, met mogelijkheden

voor reflectie of verdieping – zoals een verblijf op een erf, een natuurcamping of een kleine schaal accommodatie met aandacht voor lokale cultuur, geschiedenis of duurzaamheid.

4. SWOT-ANALYSE

Op basis van alle bouwstenen is een SWOT opgesteld, waarbij zowel de huidige situatie van de vrijetijdssector in de Noordoostpolder als de toekomstige invloeden zijn meegenomen.

Sterktes

- **Het verhaal van de Noordoostpolder is uniek**
Het pioniersverhaal van de polder is in meerdere opzichten uniek. De grootschalige landwinning, de staatsgeleide planning (waarbij ieder dorp, elk erf en het wegennet zeer functioneel zijn ontworpen) en de selectie van nieuwe inwoners om een 'ideale' samenleving te creëren, brengt unieke en boeiende verhalen met zich mee.
- **De Noordoostpolder heeft een aantal grote toeristische trekkers**
De Noordoostpolder ligt relatief centraal in Nederland. Binnen de polder liggen een aantal grote publiekstrekkers, met ieder hun eigen verhalen en achtergronden: UNESCO Werelderfgoed Schokland, Rijksmonument Waterloopbos (met haar bijzondere historie), Pantropica (één van de grootste dagattracties van Noord-Nederland) en het Tulpenfestival.
- **Er zijn kwalitatief verrassende toeristische locaties**
De Noordoostpolder kent een aantal bijzondere en unieke overnachtingslocaties, maar ook een aantal verrassende dagrecreatievoorzieningen. In vergelijking met soortgelijke plattelandsgemeenten is het aanbod bovengemiddeld divers en dient het veel verschillende leefstijlen.
- **Sterke groei overnachtingscijfers en aantal banen**
De overnachtingscijfers in de Noordoostpolder zitten in de lift en groeien sneller dan het Nederlands gemiddelde. Ook het aantal banen in de toeristische sector stijgt. Het is daarmee in toenemende mate een belangrijke economische sector geworden.
- **Andere potentieel kansrijke en interessante verhalen over de polder**
Behalve het verhaal van de inpoldering en de pioniers zijn er meerdere interessante verhalen met toeristische potentie te vertellen aan bezoekers: zoals scheepswrakken en vliegtuigcrashes, de roofridders van de Kuinderburcht, Het Nieuwe Bouwen in Nagele en meer hedendaags: de innovatieve agrarische sector of duurzame energietechnologieën.

Zwaktes

- **Het verhaal van de polder is nog onvoldoende beleefbaar**
Het verhaal van de Noordoostpolder is nog onvoldoende beleefbaar. Daardoor is het verhaal ook bij bezoekers onvoldoende bekend. Het wordt ook niet uitgedragen via een fysiek toeristisch informatie- of inspiratiepunt. Daarbij ontbreekt een gevoel van trots en daadkracht bij inwoners en ondernemers.
- **De fietsbeleving is nog niet optimaal**
Hoewel volgens ondernemers veel bezoekers komen om te fietsen, blijft de participatie van inwoners sterk achter. Ruim een derde van de respondenten van het inwonersonderzoek mist voorzieningen, zoals veilige wandel- en fietsroutes in de eigen gemeente. Ook is de fietsbeleving (lange rechte wegen, dichtbij het autoverkeer) nog niet optimaal en wordt ook de verkeersveiligheid door de inwoners als een aandachtspunt benoemd.
- **Het functionele ontwerp maakt het landschap recreatief minder aantrekkelijk**
De polder is zeer functioneel ontworpen: grote kavels met lange rechte wegen, waarbij in de ontwerp-fase niet nagedacht is over recreatief gebruik en recreatieve aantrekkingskracht. Er ontbreken in sommige gebieden recreatieve voorzieningen en infrastructuur, zoals horeca, parkeergelegenheid en pleisterplaatsen. Ook is de afstand tot bepaalde natuurgebieden groot.
- **Samenwerking komt moeilijk van de grond**
De samenwerking tussen en met ondernemers is niet optimaal. Het Vrijetijdscluster komt moeilijk van de grond en er zijn maar weinig strategische samenwerkingen. De meerwaarde van samenwerking wordt ook nog niet door iedereen gezien. Daardoor zien we een gebrek aan samenhang en verbinding van de grotere recreatieve aanbieders.
- **Versnippering en gebrek aan regie bij gebiedsmarketing**
Er zijn meerdere partijen die zich bezighouden met marketing en promotie. Deze partijen weten volgens betrokkenen niet altijd van elkaar wat ze doen of werken soms langs elkaar heen. Deze versnippering roept de vraag op of niet meer regie nodig is om zo efficiënter en effectiever te kunnen werken.
- **Ontwikkelingen komen niet altijd makkelijk van de grond**

Enerzijds komen ontwikkelingen moeilijk van de grond door regelgeving en procedures (voor bijvoorbeeld initiatiefnemers in de dag- of verblijfsrecreatie), anderzijds doordat de gemeente voor publieke recreatieve voorzieningen mede afhankelijk is van andere grondeigenaren.

- **Het imago van de Noordoostpolder is niet onderscheidend en niet onverdeeld positief** (Potentiële) bezoekers associëren de Noordoostpolder voornamelijk met rust, ruimte en natuur (daarmee met niet onderscheidende kenmerken) of met saai (met een duidelijk negatieve connotatie).

Kansen

- **De groei van het inkomend toerisme**
De verwachte groei in toerisme vanuit het buitenland biedt mogelijk extra kansen voor de Noordoostpolder, omdat met de inpoldering, de strijd tegen het water, het leven onder zeeniveau en de bloementeel een typisch en uniek Nederlands verhaal verteld kan worden.
- **Interesse en opkomst van agrotourisme**
Vanwege bedrijfsbeëindiging en/of schaalvergroting komen veel agrarische erven vrij. Deze kunnen recreatief worden ingevuld. Agrarische ondernemers zoeken steeds vaker nevenactiviteiten, onder andere in recreatie en toerisme. Er is bij bezoekers een toenemende behoefte naar authentieke lokale ervaringen en interesse in het 'boerenleven'.
- **Connectie met de toeristisch aantrekkelijke omgeving**
De aantrekkingskracht van Urk, Nationaal Park Weerribben-Wieden, de Friese Meren en de historische Hanzestad Kampen op toeristen is groot. De Noordoostpolder kan deze kracht gebruiken om toeristen te verleiden een bezoek aan de polder te brengen. Er zit potentie in Emmeloord als hub.
- **De opkomst van de e-bike maakt de actieradius van fietsers groter**
Fietsers op een e-bike leggen grotere afstanden af. Voor veel bezoekers zijn de toeristische parels in de gemeente én de toeristische aantrekkelijke gebieden er omheen makkelijker en sneller bereikbaar. Het vergroot de aantrekkingskracht van de Noordoostpolder voor fietsrecreanten. De bestaande fietshubs en onderzoeken van actieve fietssporten, zoals MTB, zijn ook kansrijk.
- **De marktanalyse biedt ruimte voor nieuwe ontwikkelingen**
Er liggen kansen voor nieuwe toeristische voorzieningen in de markt. Met name onderscheidende initiatieven in de dag- en verblijfsrecreatie voor avontuur-, plezier-, stijl-, rust- en inzichtzoeker lijken kansrijk voor de Noordoostpolder.
- **Er is draagvlak onder inwoners voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen**
Inwoners benoemen als belangrijkste aandachtspunt voor beleid dat de gemeente aantrekkelijker wordt gemaakt voor inwoners en bezoekers. Zij zien in meerderheid een aantal positieve effecten van toerisme op de gemeente en lijken er dan ook positief tegenover te staan. Dit sluit aan bij de leidraad bestemmingsmanagement, waarbij toerisme en recreatie steeds meer wordt gezien als middel waar ook inwoners profijt van hebben.
- **Het Perspectief Flevoland 2030 biedt uitstekende aanknopingspunten**
De provincie Flevoland wil haar ambities op het gebied van de vrijetijdssector vormgeven aan de hand van vier verhaallijnen, die uitstekende aanknopingspunten bieden voor de Noordoostpolder. Er liggen kansen om verhalen te vertellen buiten ontginning en inpoldering, bijvoorbeeld over de innovatie en duurzaamheid in de agrarische sector en het verhaal over het functionele ontwerp van de polder.
- **Natuurontwikkeling biedt kansen voor recreatie**
Plannen van provincie Flevoland en terrein behorende organisaties om nieuwe natuur te ontwikkelen bieden kansen voor het toevoegen van natuurbeleving en recreatieve voorzieningen en infrastructuur.
- **Bodemdaling slim benutten**
In delen van de Noordoostpolder zorgen bodemdaling en verzilting ervoor dat hoogwaardige landbouw niet langer vanzelfsprekend is. Deze ontwikkelingen bieden tegelijkertijd nieuwe kansen voor recreatie en toerisme.
- **Digitaliseringsmogelijkheden nemen toe**
Digitalisering gaat een steeds grotere rol spelen in de vrijetijdssector, met technieken als AR of VR, die historische of culturele verhalen uit het verleden beter tot leven kunnen brengen. Dit kan bijdragen aan het beleefbaar maken van de unieke verhalen van de Noordoostpolder.

Bedreigingen

- **Beperkte bereikbaarheid via openbaar vervoer**
De beperkte bereikbaarheid via het openbaar vervoer maakt de gemeente nú en in de toekomst minder aantrekkelijk voor bezoekers zonder eigen vervoer. De verwachte bezuinigingen én het recente kabinetsbesluit rondom de Lelylijn (er zijn minder financiële middelen beschikbaar gesteld)

zorgen ervoor dat de bereikbaarheid ook op de middellange termijn niet verbetert en mogelijk zelfs verslechtert.

- **Er is meer vraag naar recreatieruimte in de schaarse vrije ruimte**
De mogelijkheden om te wandelen en te fietsen, los van bestaande wegen, zijn in de Noordoostpolder beperkt vanwege de efficiënte inrichting van de ruimte. De woningbouwopgave zorgt ervoor dat er extra behoefte zal ontstaan aan ruimte voor recreatie en natuur. Wettelijke natuurcompensatie betekent niet 1-op-1 ruimte voor recreatieve voorzieningen.
- **Het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen krijgt meer negatieve aandacht**
Het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en de invloed daarvan op mens en natuur krijgt steeds meer aandacht. Dat kan het maatschappelijk draagvlak voor de teelten, die belangrijk zijn voor het toeristisch product in de Noordoostpolder, onder druk zetten. Het delen met bezoekers aan de Noordoostpolder van de huidige ontwikkeling van het meer verduurzamen van de teeltmethode, kan bijdragen aan een betere beeldvorming van de huidige landbouw.
- **Provinciale besluiten Behoud test- en oefenruimte (on)bemande luchtvaartuigen**
Provincie Flevoland heeft het "Instructiebesluit Behoud test- en oefenruimte (on)bemande luchtvaartuigen MITC/NLR" en "Vorbereidingsbesluit Behoud test- en oefenruimte (on)bemande luchtvaartuigen bij het MITC" vastgesteld. Deze besluiten gelden voor een gebied waar onder andere het recreatiegebied rondom het Voorsterbos en Waterloopbos onder valt. De besluiten zorgen voor belemmering van de groei van bestaande recreatiebedrijven (zoals Netl Park, Recreatiepark De Voorst en Fletcher Hotel Marknesse) en nieuwe recreatieve initiatieven. Ook initiatieven van Natuurmonumenten bij het rijksmonument Waterloopbos kunnen belemmerd worden. Daarnaast kunnen bedrijven die zich op het terrein van het NLR vestigen zorgen voor beperkingen voor de huidige recreatieve functies en recreatieve gebieden die onder de besluiten vallen.
- **Btw-verhoging van 9% naar 21% op verblijven in logies**
De btw-verhoging maakt overnachten voor toeristen flink duurder. Dit kan ervoor zorgen dat toeristen worden afgeschrikt en opzoek gaan naar andere bestemmingen. Het kan de lokale economie en werkgelegenheid van de Noordoostpolder onder druk zetten.
- **Verhalen van de eerste generatie sterven uit**
De eerste en tweede generatie inwoners van de Noordoostpolder wordt steeds ouder en op termijn zal deze generatie in zijn geheel niet meer in leven zijn. Daarmee dreigt de geschiedenis uit te sterven.

5. AMBITIE EN SPEERPUNTEN

In dit hoofdstuk spreken we onze ambitie uit en formuleren we speerpunten waaraan we de komende periode willen werken. Onze ambitie en de speerpunten zijn gebaseerd op de eerder beschreven stip op de horizon, de bouwstenen en de SWOT-analyse.

5.1 Ambitie

Gemeente Noordoostpolder wil toerisme en recreatie de komende jaren verder ontwikkelen als belangrijke drager van een vitale economie, een sterke samenleving en een aantrekkelijke leefomgeving. Niet als doel op zich, maar als middel om samen te bouwen aan een gemeenschap waarin het prettig wonen, werken én recreëren is. Zowel inwoners als bezoekers profiteren van een aantrekkelijk recreatief aanbod, van levendige dorpen en van voorzieningen die in stand blijven dankzij hun gezamenlijke gebruik.

De gemeente wil de unieke verhalen van de Noordoostpolder beter beleefbaar maken. Door te investeren in recreatieve voorzieningen, beleefbaarheid, samenhang en samenwerking, wil de gemeente de sterke toeristische parels beter met elkaar verbinden en het toeristisch profiel van de polder aanscherpen. Tegelijkertijd ziet de gemeente de groeiende behoefte aan recreatieve ruimte vanuit stad en regio als kans: de Noordoostpolder heeft ruimte, rust en verhalen – en wil die ruimte ook in de toekomst delen met wie hier woont, onderneemt of op bezoek komt.

5.2 Speerpunten

1. De Noordoostpolder is een unieke beleving!

De Noordoostpolder is een icoon van de Nederlandse waterbouwkunde en planmatige inrichting. Tegelijkertijd herbergt de Noordoostpolder bijzondere plekken met een rijk verleden. Daarmee is de Noordoostpolder uniek en onderscheiden we ons van talloze andere gemeenten. De verhalen van de Noordoostpolder verdienen meer zichtbaarheid en beleving.

Wat is de uitdaging?

- Hoewel de Noordoostpolder een uniek verhaal heeft over de maakbaarheid van Nederland, is dat verhaal nog onvoldoende zichtbaar en beleefbaar in het landschap en de recreatieve voorzieningen.

Bezoekers missen samenhang, beleving en herkenbare routes die het verhaal van de polder tot leven brengen.

Waarom is dat belangrijk?

- Door de verhalen tot leven te brengen en recreatieve bestemmingen te versterken en te verbinden maken we de Noordoostpolder aantrekkelijker voor bezoekers die op zoek zijn naar betekenisvolle ervaringen. Iedereen wil wat te vertellen hebben als ze weer thuis zijn, bezoekers moeten hun belevenissen willen delen op sociale media. Voor onze inwoners geldt dat ze zich meer verbonden voelen met de Noordoostpolder. Ze gaan in eigen gemeente recreëren en het verhaal van de polder als trotse ambassadeur uitdragen.

Waar zetten we op in?

- We verbinden de recreatieve voorzieningen en bestemmingen in het landschap via aantrekkelijke routes. We zorgen voor beleving onderweg, door rustpunten, informatievoorziening of belevingsplekken toe te voegen. Hierbij vertellen we de uiteenlopende verhalen van de Noordoostpolder. Door gebruik te maken van digitale technieken zoals augmented en virtual reality verbeteren we de beleving van de unieke verhalen. We zorgen dat de routes goed vindbaar en onderhouden zijn.

- We geven bestaande recreatiegebieden en iconen een kwaliteitsimpuls en onderzoeken of uitbreiding van recreatiegebieden en/of het realiseren van nieuwe recreatiegebieden haalbaar is. Concreet denken we aan plekken zoals Stijlicoon Nagele, recreatiegebied Wellerwaard of het Schokkerstrand. We benutten koppelkansen voor recreatie bij initiatieven van derden, bijvoorbeeld bij het realiseren van nieuwe natuur. Wanneer bestaande recreatieve gebieden in de ontwikkeling beperkt worden streven we naar compensatie op andere plekken in de gemeente. Bij gebiedsontwikkeling gaan recreatie en ondernemerschap hand in hand.

- We zetten onze iconen nog meer centraal als startpunt voor een bezoek aan de polder. Publiekstrekkingen zoals Werelderfgoed Schokland, Rijksmonument Waterloopbos, De Kuinderburcht en Pantropica moeten de nieuwsgierigheid prikkelen en uitnodigen tot méér. Met inspirerende informatie en slimme verbindingen verleiden we bezoekers om verder te kijken – en opnieuw verrast te worden door de veelzijdigheid van de Noordoostpolder.

2. Ondernemerschap is de motor voor gastvrijheid!

De Noordoostpolder is gebouwd door pioniers en die pioniersgeest leeft nog steeds. Recreatieondernemers zijn vaak letterlijk aan het pionieren, waarbij soms buiten bestaande kaders gewerkt wordt en hindernissen overwonnen moeten worden. Het is een wereld van mensen die durven dromen én doen. Van innovatieve verblijfsconcepten tot verrassende dagrecreatie: ondernemerschap is de motor achter een gastvrije, bruisende en toekomstbestendige polder. Ondernemers geven de Noordoostpolder kleur.

Wat is de uitdaging?

- Om nieuwe, onderscheidende recreatieve voorzieningen te stimuleren is het essentieel dat het makkelijker wordt gemaakt om nieuwe initiatieven te realiseren en bestaande bestemmingen uit te breiden. Ondernemers moeten ruimte krijgen om te ondernemen in een toekomstbestendige sector.

Waarom is dat belangrijk?

- De markt biedt kansen voor nieuwe ontwikkelingen, vooral rondom doelgroepen die op zoek zijn naar authenticiteit en kleinschaligheid. Door ruimte te bieden aan goede initiatieven versterken we het aanbod, verlengen we de verblijfsduur, verhogen we de bestedingen en vergroten we het onderscheidend karakter van de Noordoostpolder. Tegelijkertijd zorgt een gezamenlijke aanpak van overkoepelende en strategische thema's voor een gezonde en toekomstbestendige sector.

Waar zetten we op in?

- We willen de ontwikkeling van nieuwe initiatieven en recreatieve voorzieningen stimuleren. We maken de (ruimtelijke) procedures voor vooral kleinschalige initiatieven en het verlenen van vergunningen goedkoper en eenvoudiger. Met tijdelijke experimenteerruimte willen we de creativiteit van onze ondernemers faciliteren. We richten ons op initiatieven met kwaliteit, identiteit en aansluiting op de omgeving. We ontwikkelen daarnaast een praktisch en uitnodigend kader voor initiatiefnemers, en verkennen hoe in samenwerking met grondeigenaren ruimte kan worden gemaakt voor nieuwe voorzieningen in het buitengebied. We bieden ruimte aan seizoensverlenging en jaarrond recreatie. We wijzen (semi)perma-

nente bewoning van recreatieparken af, omdat het de oorspronkelijke functie van vakantieparken ondermijnt, exploitatie van recreatieve voorzieningen onder druk zet en strijdig is met het ruimtelijk beleid. Daarom is huisvesting van arbeidsmigranten, crisisopvang, opvang van statushouders en andere (semi)permanente bewoning van recreatiewoningen of verblijfsaccommodaties niet wenselijk.

- We faciliteren kennisdeling en samenwerking door het organiseren van inspirerende bijeenkomsten en workshops over actuele thema's, met specifieke aandacht voor ondernemerschap, klantbeleving, digitalisering en duurzame bedrijfsvoering. We ondersteunen de samenwerking met het onderwijs en dragen bij aan structurele oplossingen voor een toekomstbestendige arbeidsmarkt. We bouwen samen met ondernemers en onderwijsinstellingen aan een laagdrempelig netwerk.

3. De Noordoostpolder is een sterk merk!

De Noordoostpolder herbergt unieke verhalen en verrassende bestemmingen, maar het is nog onvoldoende bekend. Het recreatief aanbod van de Noordoostpolder verdient een podium. Door de polder krachtig te positioneren als een onderscheidende en aantrekkelijke bestemming, maken we haar zichtbaar voor een breed publiek, zowel inwoners als bezoekers.

Wat is de uitdaging?

- De Noordoostpolder mist nog een onderscheidend imago en wordt soms zelfs als 'saai' ervaren. De gebiedspromotie en destinationmarketing is versnipperd en onvoldoende herkenbaar voor bezoekers en ondernemers. Buurgemeenten hebben van oudsher meer aantrekkingskracht. Door ons verhaal helder te formuleren en samen uit te dragen, vergroten we de zichtbaarheid en maken we de polder aantrekkelijk voor bezoekers die op zoek zijn naar betekenisvolle, authentieke plekken.

Waarom is dat belangrijk?

- Een duidelijke en gedeelde positionering maakt de Noordoostpolder herkenbaar en aantrekkelijk. Het versterkt de samenhang in communicatie, vergroot de zichtbaarheid en helpt bezoekers én ondernemers om de unieke kwaliteiten van het gebied te herkennen en benutten.

Waar zetten we op in?

- We scherpen de toeristische profilering van de Noordoostpolder aan met een herkenbare identiteit en boodschap. Eén overkoepelende en samenhangende boodschap op basis onze unieke verhalen en iconen. Binnen deze kernboodschap formuleren we een 'verhalenkaart van de polder' met uiteenlopende verhaallijnen over interessante bestemmingen, routes en belevingspunten.
- We zorgen dat deze boodschap gedragen wordt door lokale partners en zichtbaar is in de promotie richting kansrijke doelgroepen. We pakken de versnippering op gebied van gebiedspromotie en destinationmarketing aan en benutten partijen waar de energie zit.
- We benutten actief de kansen van onze aantrekkelijke omgeving: de Weerribben-Wieden, voormalig eiland Urk en de Friese Meren. We laten grenzen vervagen en willen concreet samenwerken met buurgemeenten en regio's. Wij hebben onze burens wat te bieden bij het spreiden van bezoekersdruk in drukke gebieden. Dat vraagt samenwerking in marketing en communicatie, maar ook verbinding via routes en arrangementen.

6. UITVOERINGSPROGRAMMA

Om onze ambities te realiseren en speerpunten te verwezenlijken zijn acties nodig. In dit hoofdstuk verwoorden we de acties in een uitvoeringsprogramma. We benoemen acties per speerpunt en daarnaast enkele overkoepelende en randvoorwaardelijke acties.

We schrijven onze acties in de 'we' vorm, maar als gemeente kunnen we natuurlijk niet alles zelf doen. Veel acties vereisen samenwerking met ondernemers, inwoners en andere partners. In de uitwerking van het uitvoeringsprogramma zoeken we hiervoor gericht de samenwerking op.

6.1 Acties speerpunt 1: De Noordoostpolder is een unieke beleving!

Actie 1.1 – We maken onze verhalen zichtbaar en beleefbaar in het landschap

Via informatievoorziening, landschapselementen en bebording wekken we onze verhalen tot leven en zorgen voor samenhang en beleving in het landschap. We gaan actief in gesprek met agrariërs, landgoedeigenaren en terrein beheerders organisaties over de mogelijkheden voor recreatie en beleefbaarheid op hun terreinen. We versterken de beleving van routes met storytelling door innovatieve technieken te gebruiken, zoals augmented reality (AR), virtual reality (VR), podcasts en audiotours.

Actie 1.2 – We verbeteren routes en waar nodig voegen we nieuwe routes toe

We evalueren bestaande recreatieve fiets- en wandelroutes op verbinding, veiligheid, toegankelijkheid, bebording en voorzieningen. We houden ons fietsknooppuntennetwerk up-to-date. Waar nodig verbeteren we routes of creëren we nieuwe routes en paden. We maken routes aantrekkelijker via rustpunten, informatievoorziening of belevingsplekken. We verkennen het toevoegen van sport en bewegen (buitensport, outdoor fitness, etc.), cultuur (kunst, poëzie etc.) en educatie (landbouw, flora en fauna etc.). De verbinding tussen dorpen, natuur en recreatieve bestemmingen staat centraal.

Actie 1.3 – We ontwikkelen toeristische informatiepunten en ontvangstlocaties

We zorgen voor plekken waar bezoekers van de Noordoostpolder terecht kunnen voor informatie en inspiratie. Daarom streven we naar meerdere 'satellietpunten', verspreid over de gemeente waar informatie wordt geboden over activiteiten, toeristische locaties, routes en waar de verhalen worden verteld. Deze satellietpunten willen we met name onderbrengen bij bestaande toeristische locaties, zodat organisaties en ondernemers ook naar elkaar kunnen doorverwijzen.

Actie 1.4 – We gaan aan de slag met een kwaliteitsimpuls voor recreatieve gebieden en iconen

Voor specifieke recreatieve bestemmingen en iconen werken we aan plannen om de kwaliteit en de recreatieve belevingswaarde te versterken. Bijvoorbeeld:

- We investeren in **Werelderfgoed Schokland** als publiekstrekker met internationale allure, onder meer met een werelderfgoedcentrum over het unieke verhaal van Schokland en haar bewoners, waarin de strijd tegen het water in Nederland van alle kanten wordt beleefd;
- We dragen bij aan het visualiseren van de **Burcht van Kuinre** en werken aan storytelling en productontwikkeling;
- We ontwikkelen een gebiedsplan voor uitbreiding van **Wellerwaard** als recreatiegebied met regionale aantrekkingskracht;
- We maken van het **Schokkerstrand** een jaarrond aantrekkelijk vertrekpunt voor recreatieve activiteiten -zoals wandelen, fietsen, zwemmen e.d.- in combinatie met het project **Nieuwe Natuur Schokland**;
- We versterken de kwaliteit van de toeristische beleving van **Nagele** door in te zetten op aanbodontwikkeling, informatievoorziening, bewegwijzering en inrichting van de openbare ruimte openbare ruimte. In samenwerking met Museum Nagele en Vereniging Hendrick de Keyser;
- Het **Rijksmonument Oud-Kraggenburg** is één van de iconen van de schatkamer van de Zuiderzee. We gaan samen met betrokken partijen aan de slag met het beter zichtbaar en beleefbaar maken van dit cultureel erfgoed in breder perspectief;
- We onderzoeken mogelijkheden voor het recreatief benutten van de **kuststrook**, zoals bij het **Vollenhovermeer**;
- Het **stadshart van Emmeloord** is dé centrale en gastvrije ontmoetingsplek voor inwoners en bezoekers van de Noordoostpolder. We benutten het stadshart om de verhalen van de Noordoostpolder te vertellen;
- We brengen samenhang aan in alle recreatieve functies die het **Emmelerbos** herbergt en ontwikkelen het tot een aantrekkelijke stadsbos voor inwoners en bezoekers.

Daarnaast staan we open voor nieuwe initiatieven en koppelkansen die in de loop van de tijd ontstaan. Ook benutten we kansen voor ontwikkeling van natuur, recreatie en toerisme in bodemdalingsgebieden. Dergelijke plannen kunnen bijdragen aan de grotere behoefte aan recreatieve ruimte vanwege groei van het aantal inwoners door de woningbouwopgave.

Actie 1.5 – We benutten de kansen om fietsdeelmobiliteit fijnmaziger te maken

We evalueren de lopende pilot van het fietsdeelnetwerk PAK 'M. Het netwerk verbindt recreatieve bestemmingen via het openbaar vervoer, over gemeentegrenzen heen. Indien haalbaar en wenselijk breiden we het netwerk uit en maken het fijnmaziger. Het netwerk verbetert de bereikbaarheid van het buitengebied en wordt samen met deelnemende regiogemeenten en provincie Flevoland verder ontwikkeld.

Actie 1.6 – We ontwikkelen een regeling voor ontwikkeling en instandhouding van recreatieve voorzieningen en infrastructuur op gronden van derden

Om de Noordoostpolder meer beleefbaar te maken zijn we vaak afhankelijk van medewerking van derden omdat de grondpositie van de gemeente in het buitengebied beperkt is. We denken aan gronden van onder meer agrarische bedrijven, pachters en terrein beherende organisaties. Om medewerking te verkrijgen is het nodig om deze partijen te ontzorgen en mogelijke bezwaren weg te nemen. We stellen een regeling op voor het ontwikkelen en in stand houden van recreatieve voorzieningen en infrastructuur op vrij en openbaar toegankelijke gronden van derden. Via zo'n regeling worden grondei-

genaren en beheerders gestimuleerd om kwalitatieve recreatieve voorzieningen en infrastructuur in het polderlandschap, de dijklichamen en de bos- en natuurgebieden te realiseren en te behouden.

6.2 Acties speerpunt 2: Ondernemerschap is de motor voor gastvrijheid!

Actie 2.1 – We maken een ontwikkelkader voor dag- en verblijfsrecreatie

We schrijven één helder ontwikkelkader op voor dag- én verblijfsrecreatie. Hierin staat wat mogelijk is, waar ruimte zit en welke kwaliteiten gewenst zijn bij nieuwe initiatieven. Dit kader biedt initiatiefnemers duidelijkheid en wordt breed gedeeld op de website van de gemeente.

Actie 2.2 – We versnellen en versoepelen procedures voor kleinschalige initiatieven

We creëren experimenteer- en ontwikkelruimte voor ondernemers die recreatieve initiatieven willen uitproberen, zoals afstapplekken, thee- en pluktuinen, (kleinschalige) dag- en verblijfsrecreatie, galerieën, pop-up voorzieningen of mobiele concepten. Deze initiatieven krijgen een plek binnen een vergunningstraject met duidelijke kaders, waardoor langdurige en kostbare procedures beperkt blijven. Samen met vergunningverleners, planologen en initiatiefnemers brengen we knelpunten in de huidige werkwijze in kaart, zodat we ruimte kunnen bieden aan innovatie én duidelijkheid scheppen over wat mogelijk is.

Actie 2.3 – We organiseren inspirerende bijeenkomsten en workshops over actuele thema's

We faciliteren kennisdeling en samenwerking door het organiseren van inspirerende bijeenkomsten en workshops over actuele thema's, met specifieke aandacht voor ondernemerschap, klantbeleving, digitalisering en duurzame bedrijfsvoering. Dit doen we zelf, of in combinatie met andere partijen uit de sector.

Actie 2.4 – We stimuleren samenwerking

We stimuleren en faciliteren de samenwerking rondom acties en opgaven uit dit uitvoeringsprogramma. Daarnaast faciliteren we samenwerking en netwerkvorming tussen ondernemers, organisaties en de gemeente, met name daar waar de energie zit en resultaat is te behalen.

We stimuleren ondernemers om onderlinge arrangementen te ontwikkelen en hun producten en diensten te koppelen aan de verhalen van de polder. We faciliteren de samenwerking met het onderwijs en dragen bij aan structurele oplossingen voor een toekomstbestendige arbeidsmarkt, bijvoorbeeld via opleidingsaanbod voor horeca, leisure en hospitality in de gemeente. We bouwen samen met ondernemers en onderwijspartijen aan een laagdrempelig netwerk.

6.3 Acties speerpunt 3: De Noordoostpolder is een sterk merk!

Actie 3.1 – We laden de verhalen van de polder

Samen met Visit Flevoland, St. Gemaakt in dé Noordoostpolder en andere partners geven we invulling aan de verhalen binnen de polder. We formuleren één samenhangende kernboodschap en daarbij vormen we een 'verhalenkaart van de polder' met uiteenlopende verhaallijnen over interessante bestemmingen, routes en belevingspunten. De verhalenkaart is via de smartphone te gebruiken en wordt geïntegreerd in de website van Visit Noordoostpolder. We ontwikkelen content en promotievormen waarin partners zelf hun verhaal koppelen aan het bredere polderverhaal. Dit bevordert eigenaarschap én samenhang in de uitstraling van de uitingen.

Actie 3.2 – We versterken onze destinatiemarketing

We ontwikkelen samen met onze partners een online en offline marketingcampagne. We scherpen de positionering en propositie aan op basis van onze kernboodschap en de 'verhalenkaart van de polder'. Hierdoor richten we ons op doelgroepen – zowel inwoners als bezoekers – die de Noordoostpolder willen ontdekken vanwege de bijzondere verhalen én het onderscheidend aanbod. Met aansprekende beelden en lokale ervaringen laten we zien dat de polder een verrassende, authentieke bestemming is, als alternatief voor drukke toeristische gebieden. De website van Visit Noordoostpolder en sociale media dragen het verhaal en de nieuwe identiteit krachtig uit. Ook bezoekers die zich oriënteren op verblijf of unieke activiteiten worden beter aangesproken.

Actie 3.3 – We herijken de rollen van de organisaties die betrokken zijn bij de marketing van de Noordoostpolder

We verduidelijken de opdracht van de organisaties, met als doel het efficiënter promoten van de Noordoostpolder. Vervolgens worden deze rollen eventueel bijgestuurd, aangepast of verduidelijkt, zodat iedereen beter weet wie waarvoor verantwoordelijk is en er efficiënter gewerkt kan worden. Op deze wijze wordt het voor de ondernemers en inwoners duidelijker bij wie ze waarvoor moeten zijn. We streven naar één loket dat als aanspreekpunt fungeert voor ondernemers.

Actie 3.4 – We benutten evenementen om bezoekers te verleiden tot een langer verblijf en stimuleren herhaalbezoek

In de Noordoostpolder vinden jaarlijks veel evenementen plaats, mogelijk gemaakt door diverse organisatoren. Een aantal evenementen worden vooral bezocht door bezoekers van buiten de Noordoostpolder, zoals het Tulpenfestival, Zomer op Schokland, Uitje-tent festival en Wildeburg Festival. We benutten zulke evenementen nog meer om bezoekers bewust te maken van de verhalen van de polder. We verleiden bezoekers tot een langer verblijf en stimuleren herhaalbezoek. Hiervoor werken we samen met organisatoren en de marketingorganisaties.

Actie 3.5 – We monitoren de resultaten

We voeren periodiek een meting uit onder bezoekers en inwoners over hun beeld van de Noordoostpolder. Hiermee monitoren we of het gewenste imago ook daadwerkelijk landt en brengen we in kaart waar bijsturing nodig is. Dit helpt om gericht te werken aan een sterkere positionering op de lange termijn. Waar nodig passen we de campagnes aan, om zo in de toekomst aan te blijven sluiten bij nieuwe ontwikkelingen.

Actie 3.6 – We werken actief samen in de regio

Een sterke basis binnen de gemeente zorgt ervoor dat we naar ‘buiten’ kunnen kijken. We nemen actief deel aan regionale samenwerking, bijvoorbeeld binnen provincie Flevoland en Regio Zwolle. Met onze buurgemeenten Urk, Steenwijkerland en De Fryske Marren zoeken we directe samenwerking. Dit om kennis en kansen te delen, grenzen te laten vervagen en de Noordoostpolder goed te positioneren binnen de bredere regio.

6.4 Overkoepelende acties

Actie 4.1 – We brengen onze informatiepositie op orde

Bij toekomstige ontwikkelingen en destinationmarketing willen we onze keuzes meer kunnen baseren op data en cijfers. Hiervoor gaan we actief data verzamelen. Denk bijvoorbeeld aan het monitoren van bezoekersstromen (wie komt waar, wanneer en hoe lang?) of het uitvoeren van inwonersonderzoeken. Eveneens sluiten we aan op regionale en provinciale dataprojecten.

Actie 4.2 – We positioneren recreatie en toerisme integraal binnen andere domeinen

Recreatie en toerisme leveren een positieve bijdrage aan maatschappelijke thema's en brede welvaart, zoals economische groei, leefbaarheid, gezondheid, sociale cohesie en waardering voor natuur en cultuur. We zoeken actief naar koppelkansen – zoals bij de ontwikkeling van projecten en de vorming van nieuw beleid – en we houden oog voor mogelijke knelpunten.

Actie 4.3 – We monitoren resultaten en sturen zo nodig bij

We monitoren de voortgang en resultaten van het uitvoeringsprogramma en sturen zo nodig bij. We informeren periodiek het bestuur en de raad.

7. FINANCIËN

Het realiseren van onze ambities en het uitvoeren van de bijbehorende acties vraagt om een gerichte inzet van tijd en financiële middelen. In dit hoofdstuk geven wij inzicht in de beschikbare budgetten en de benodigde middelen om de doelstellingen te bereiken.

7.1 Beschikbare middelen voor recreatie en toerisme

Binnen programma 3 'Economische Ontwikkeling' van de gemeentelijke begroting zijn structurele middelen beschikbaar gesteld voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme. Deze middelen zijn verdeel in twee onderdelen:

- Een **subsidiedeel** voor destinatie en gebiedspromotie;
- Een **werkbudget** voor toeristische ontwikkeling.

7.2 Aanvullende investeringen als randvoorwaarde

Om de ambities uit het uitvoeringsprogramma van deze visie te realiseren, is aanvullende financiering noodzakelijk. Door inflatie en stijgende uitvoeringskosten is het huidige structurele budget niet langer toereikend om bestaande activiteiten op het gewenste kwaliteitsniveau voort te zetten, of om nieuwe ambities waar te maken.

Met name het beheer en onderhoud van recreatieve objecten, voorzieningen en infrastructuur is nu niet goed geborgd en vraagt om een structurele inzet van middelen. Bovendien leidt het stimuleren van recreatie tot meer indirecte beheerskosten, zoals het legen van afvalbakken of schoonmaken van de stranden. In de praktijk kan in de ontwikkel- en realisatiefase van projecten vaak gebruik gemaakt worden van incidentele middelen, subsidies en fondsen. Voor het duurzaam borgen van kwaliteit in het recreatieve landschap zijn echter structurele investeringen voor beheer en onderhoud onmisbaar.

Er is jaarlijks € 200.000 aanvullend budget nodig voor de volgende onderdelen:

1. **Werkbudget toeristische ontwikkeling** Het werkbudget wordt ingezet voor productontwikkeling –zoals de ontwikkeling van toeristische kaarten, promotiemateriaal, fysieke en digitale informatievoorziening, belevingselementen– en het uitvoeren van onderzoeken, bezoekersmonitoring en marktanalyses.
2. **Beheer en onderhoud van recreatieve elementen en objecten in het landschap** Om een aantrekkelijk en kwalitatief recreatief aanbod in stand te houden, wordt geïnvesteerd in voorzieningen zoals toeristische informatiepunten, ontvangstlocaties en overstappunten (TOP's), toeristische bebording, doorkijkpanelen, rust- en pleisterplaatsen, kanosteigers en andere belevingselementen. Het budget wordt zowel incidenteel als structureel ingezet voor beheer en onderhoud, waaronder reiniging, herstel bij vandalisme, renovatie en vervanging.
3. **Regeling voor recreatieve voorzieningen op grond van derden** Veel recreatieve voorzieningen en infrastructuur zijn of worden gerealiseerd op openbaar toegankelijke gronden van derden, zoals de bos- en natuurgebieden en dijklichamen. Daarnaast willen we het agrarisch landschap toegankelijk maken via recreatief medegebruik, bijvoorbeeld langs akkers of op landgoederen. Hiervoor zijn we afhankelijk van medewerking van terrein beherende organisaties, grondeigenaren en pachters. Om kwalitatieve recreatieve voorzieningen en infrastructuur in deze gebieden te realiseren en te behouden, stellen we een regeling op. Via deze regeling realiseren en beheren wij recreatieve voorzieningen en infrastructuur voor inwoners en bezoekers en waarborgen we het kosteloos openstellen en toegankelijk houden van de gebieden. Het budget wordt ingezet om recreatieve voorzieningen en infrastructuur op grond van derden te realiseren en toekomstbestendig te maken.

Aldus besloten in de openbare vergadering van 15 december 2025.

De griffier,

de voorzitter,