

Beleef IJsselstein: stad, water en groen

Toekomstvisie toerisme en recreatie 2025-2035



Colofon

Gemeente IJsselstein

Met ondersteuning van

Oude Kraan 72
6811 LL Arnhem
T 06 5117 4193

E-mail: thijs@ruimteenvrijetijd.nl

Ruimteenvrijetijd.nl

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Beeldmateriaal

In IJsselstein, Routes In Utrecht



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	3
1 Inleiding.....	5
1.1 Aanleiding.....	5
1.2 IJsselstein getypeerd.....	5
1.3 Totstandkoming visie.....	6
1.4 Leeswijzer.....	6
2 De bouwstenen.....	8
2.1 De vrijetijdssector van IJsselstein.....	8
2.2 Beleid.....	8
2.3 Trends en ontwikkelingen.....	10
2.4 Inwonersonderzoek.....	10
2.5 Verkennende gesprekken.....	11
2.6 Vraag en aanbod.....	11
3 SWOT.....	16
4 Ambitie en speerpunten.....	18
4.1 Ambitie.....	18
4.2 Randvoorwaarde: regie.....	18
4.3 Speerpunten van beleid.....	19
Bronnenlijst.....	21





1 Inleiding

IJsselstein, een charmante gemeente in de provincie Utrecht, staat bekend om haar historische karakter. Het oude stadscentrum met pittoreske grachten en monumentale panden ademt geschiedenis. Bezoekers kunnen de Sint-Nicolaasbasiliek, Oude Nicolaaskerk met Pasqualini-toren, korenmolen De Windotter en de middeleeuwse Kasteeltoren bewonderen. Een opvallend landmark is de 366 meter hoge zendmast, die in december verlicht wordt als de Grootste Kerstboom ter wereld. Daarnaast biedt IJsselstein Museum IJsselstein, theaters en een unieke weekmarkt. Naast een historisch stadscentrum met winkels en horeca beschikt IJsselstein ook over een groen buitengebied met de Hollandse IJssel als blauwe ader. De combinatie van cultuur, natuur, historie en een levendig stadscentrum maakt IJsselstein een aantrekkelijke bestemming voor (dag)bezoekers en toeristen.

1.1 Aanleiding

Deze kwaliteiten van de stad en het buitengebied laten zien hoe aantrekkelijk IJsselstein is voor bezoekers en inwoners. Tegelijkertijd zijn er ontwikkelingen die de vrijetijdsector beïnvloeden. Om deze sector meer houvast en richting te geven, is een toekomstvisie met uitvoeringsprogramma essentieel. Dit document ligt nu in conceptvorm voor u. Het actieprogramma moet nog verder worden uitgewerkt in de volgende processtappen.

1.2 IJsselstein getypeerd

De inwoners van IJsselstein zijn trots op hun gemeente, en terecht. Het is een fijne gemeente om de vrije tijd door te brengen. IJsselstein is zeer centraal gelegen, in een stedelijk gebied vlakbij Utrecht. De gemeente biedt naast een historisch stadscentrum met winkels en horeca ook een groen buitengebied met de Hollandse IJssel als blauwe ader.

De **historische binnenstad** telt meerdere monumenten, elk met een eigen verhaal. Bezoekers kunnen IJsselstein ontdekken via stadswandelingen, rondvaarten, fietstochten of een beklimming van de molen, basiliek, kerk of kasteeltoren. Ook een bezoek aan het theater of museum biedt een kennismaking met het historische en culturele karakter van de stad.

Het **buitengebied van IJsselstein** biedt volop recreatiemogelijkheden. Vanuit de stad lopen diverse wandel- en fietsroutes met verschillende thema's en lengtes naar het buitengebied. Deze routes laten je kennismaken met de cultuurhistorie en natuur van de omgeving. Je kunt kiezen voor een korte tocht van een paar kilometer of een langere route waar je meerdere dagen mee zoet bent. Rond de kerstperiode verandert de Gerbrandytoren in de 'Grootste Kerstboom', met verlichte lampen die van verre te zien zijn.

Bij jachthaven Marnemoende vind je een toeristisch overstappunt (TOP). Naast wandelen en fietsen kun je hier het water op met een sloep, motorboot, supboard of kano, te huur bij de jachthaven. De gemeente heeft diverse waterroutes die je door het Groene Hart en IJsselstein zelf leiden. Daarnaast is het mogelijk om vlak bij het centrum aan te leggen en daar enkele uren te verblijven.

IJsselstein maakt deel uit van het Utrechtse Groene Hart. Samen met andere gemeenten in de regio profileert het zich onder de slogan 'Puur Hollands genieten'. Dit gebied kenmerkt zich door uitgestrekte weiden, veenweidegebieden, meren, rivieren en historische dorpen en steden, forten en boerderijen. Dat is het Groene Hart van Holland! Het Groene Hart is de groene oase tussen de grote Randsteden.

Binnen het samenwerkingsverband 'Platform De Utrechtse Waarden' werken Montfoort, Oudewater, IJsselstein en Lopik samen aan gezamenlijke projecten. Ze bundelen hun krachten in productontwikkeling en promotie.



1.3 Totstandkoming visie

Om te komen tot deze visie is een deskstudie gedaan en participatietraject doorlopen. Hierbij zijn de volgende stappen doorlopen:

- ◆ Deskstudie naar feiten, cijfers, trends en ontwikkelingen, vraag en aanbod en bestaand beleid;
- ◆ Interviews met een diverse belanghebbenden, zoals ondernemers en belangenorganisaties;
- ◆ Inwonerparticipatie door middel van een online vragenlijst;
- ◆ Twee brede bijeenkomsten met belanghebbenden. Tijdens de eerste bijeenkomst werd gereageerd op de SWOT-analyse (een analyse van de sterkte, zwakte, kansen en bedreigingen) en speerpunten, terwijl de tweede bijeenkomst in het teken stond van de uitvoeringsagenda.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft een samenvatting van de verschillende bouwstenen. De uitgebreide versie is te vinden in het aparte bouwstenenrapport. Op basis van deze bouwstenen is in hoofdstuk 3 een SWOT-analyse opgesteld, waarin we de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de toerisme- en recreatiesector van IJsselstein analyseren. Hoofdstuk 4 bevat de ambitie en speerpunten die voortkomen uit de SWOT-analyse. In hoofdstuk 5 presenteren we een eerste opzet voor het uitvoeringsprogramma.





2 De bouwstenen

Er zijn verschillende deelonderzoeken uitgevoerd om tot een onderbouwde en gedragen visie te komen. Deze deelonderzoeken hebben verschillende ‘bouwstenen’ voortgebracht. De belangrijkste uitkomsten leest u hieronder.

2.1 De vrijetijdssector van IJsselstein

De vrijetijdssector is voor de gemeente IJsselstein van vergelijkbaar belang als voor Nederland gemiddeld. In IJsselstein is 6,5% van de banen gerelateerd aan de vrijetijdssector, terwijl het landelijke gemiddelde 6,6% is. Dit aandeel is wel groter dan in de COROP-regio Utrecht¹, waar het percentage 5,9% bedraagt.

De overnachtingsmogelijkheden in IJsselstein zijn beperkt. Er zijn twee grotere accommodaties: een jachthaven en camping met voornamelijk vaste staanplaatsen, naast een aantal kleine B&B's.

IJsselstein is een compacte gemeente met veel cultuurhistorische bezienswaardigheden. Daarnaast biedt de stad een museum, theaters, binnenzwembad, verhuur van kano's, supboards en sloepen en diensten zoals rondvaarten en rondleidingen. Echte onderscheidende kenmerken ontbreken echter. IJsselstein wordt vooral bezocht door de eigen inwoners en richt zich in beperkte mate op buitenstaanders.

2.2 Beleid

Een aantal lokale en regionale kaders zijn relevant voor de visie toerisme en recreatie. We geven een overzicht van de belangrijkste relevante kaders.

¹ COROP-gebieden zijn statistische regio's in Nederland

Relevant beleid over de binnenstad

Uit *de economische visie* komt naar voren dat interessante ontmoetingsplekken in de binnenstad moeten worden gecreëerd en dat de voorzieningen moeten meebewegen met de veranderende bevolkingsamenstelling. De gemeente wil ontmoetingsplekken creëren waar beleving en aanbod samenkomen, met kunst, cultuur, erfgoed en recreatie. De komende jaren moet de binnenstad van IJsselstein sterker op de kaart van de Utrechtse consument gezet worden.

Het toekomstbeeld binnenstad IJsselstein koestert de wens om in 2025 meer bezoekers van buitenaf aan te trekken. Om een aantrekkelijk bezoekdoel voor de regio te creëren wordt ingezet op de 1) verblijfskwaliteit en cultureel aanbod; 2) beleefbare historie en cultuur, een gaaf stadsgezicht en 3) routing, landingsplekken en marketing voor de recreant.

De *omgevingsvisie* richt zich ook op het behouden en versterken van de cultuurhistorische kwaliteiten van de binnenstad.

Relevant beleid over het buitengebied

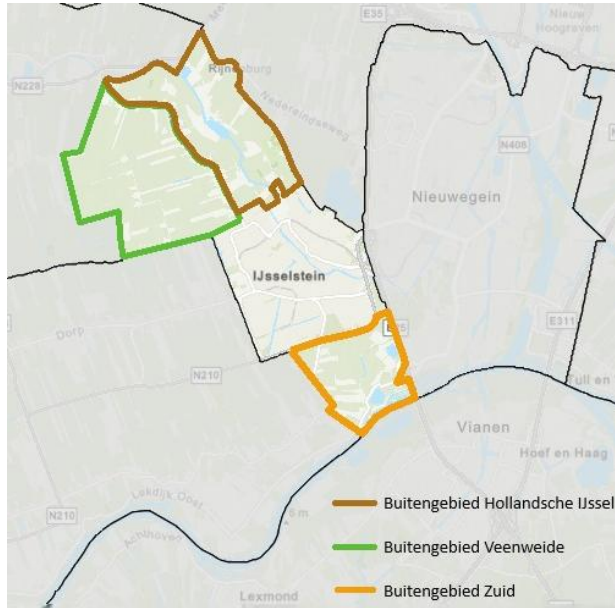
De *economische visie* heeft als doel om IJsselstein te laten fungeren als poort voor recreanten richting de Lopikerwaard. Dit wordt bereikt door een compleet netwerk van fiets- en wandelroutes te ontwikkelen, met diverse recreatieve voorzieningen, en het netwerk te verbinden met omliggende kernen.

In *de omgevingsvisie* staat dat met het ontwikkelen van recreatie in het buitengebied eerst rekening moet worden gehouden met natuur en daarna pas recreatie. Zo wordt de natuur zo min mogelijk belast en de biodiversiteit beschermd.

Daarnaast identificeert de gemeente in *de omgevingsvisie* specifieke plekken in het buitengebied voor recreatieve invulling (zie figuur 2.1). Buitengebied Zuid moet beter verbonden worden met de stad. In het Buitengebied Veenweide wil de gemeente recreatief medegebruik

stimuleren. Bij Buitengebied Hollandse IJssel ligt de focus volledig op toerisme en recreatie.

Figuur 2.1 - Overzichtskaart buitengebied IJsselstein



Hiervoor is in juli 2024 een onderzoek over de recreatieve ontwikkeling van het Hollandse IJsselgebied opgesteld. De uitgangspunten voor het recreatieve toekomstperspectief, waarover de onderzoekers adviseren, zijn:

- ◆ Gebruik de Hollandse IJssel als recreatieve levensader voor inwoners;
- ◆ Creëer dagrecreatieve voorzieningen passend bij de DNA en identiteit;
- ◆ Versterk de toegankelijkheid en verkeersveiligheid;
- ◆ Ontwikkel voorzieningen passend bij de wensen van de inwoners;
- ◆ Ontwikkel voorzieningen in kansrijke thema's (waterrecreatie, agrotourisme, sport en bewegen, horeca, routes en natuureducatie).

De regionale omgevingsagenda Lopikerwaard heeft als doel het beleid tussen de gemeenten in de regio (Lopik, Montfoort, Oudewater, IJsselstein en Woerden) op elkaar af te stemmen, zodat ze gezamenlijk kunnen ontwikkelen en elkaars tekortkomingen aanvullen. De regio wil de recreatieve aantrekkelijkheid versterken, onder andere door meer routes en een verbeterd OV-netwerk te creëren.

Relevant beleid over de regionale samenwerking

In een *adviesrapport* over de optimalisering van de toeristisch-recreatieve marketing wordt aangeraden de marketing vanuit één centrale organisatie te coördineren en te kiezen voor gebiedsmarketing met passende verhaallijnen en doelgroepen. Het advies is om de focus naar buiten te verleggen. IJsselstein kan zich onderscheidend presenteren binnen het Groene Hart, als onderdeel van de Platform De Utrechtse Waarden. Daarnaast kan de samenwerking met Marketingcoöperatie Regio Utrecht en Visit Utrecht Region verder worden ontwikkeld.

Binnen de *Groen Groeit Mee Pact* werken bijna 40 overheden, natuurorganisaties en partners (recreatief) groen en water mee te laten groeien bij gebiedsontwikkelingen. Zo creëren ze een gezonde en aantrekkelijke leefomgeving voor zowel inwoners als bezoekers.

IJsselstein is deelnemer in het *Routebureau Utrecht*, een samenwerking tussen de provincie Utrecht en alle 26 Utrechtse gemeenten. Het Routebureau Utrecht is het centrale aanspreekpunt voor routegebonden recreatie (fietsen, wandelen, varen): beheer routes en routenetwerken, recreatieve ontwikkeling, informatievoorziening, communicatie en monitoring.

Koppeling andere beleidsterreinen

Andere beleidsterreinen hebben raakvlakken met toerisme en recreatie.

Het beleid voor *sport, bewegen en mobiliteit* heeft als ambitie dat in 2040 de inwoners van IJsselstein gezonde keuzes maken en volop gebruik maken van sport- en culturaanbod. Om zo bij te dragen aan een positieve fysieke en mentale gezondheid van onze inwoners, waarbij

de buitenruimte uitnodigt om te bewegen (toegankelijk, veilig, groen en schoon).

Op het gebied van *mobiliteit* wordt er ingezet op 'doortrappen': senioren langer actief op de fiets te houden en 'leren fietsen' in combinatie met kleine belevenissen. Ook is er aandacht voor lunchwandelingen op bedrijventerreinen. Daarnaast is QR-FIT opgezet; een gratis beweegplatform met QR-codes langs wandelroutes in IJsselstein. Door de codes te scannen, krijg je toegang tot oefeningen op uw eigen niveau met uitleg via plaatjes en video's.

In de *beleidsnota evenementen* wordt benadrukt dat de gemeente waarde hecht aan georganiseerde evenementen om IJsselstein aantrekkelijk en leefbaar te houden.

De *Beleidsnota Kunst en Cultuur* vraagt van culturele partners ondernemerschap, wat zowel cultureel, maatschappelijk als zakelijk rendement moet opleveren. Het aanboren van nieuwe doelgroepen en het zoeken van samenwerking met andere beleidsterreinen, zoals recreatie, hoort daarbij. Dit versterkt de culturele infrastructuur en maakt de stad aantrekkelijk, voor zowel inwoners als bezoekers.

Vanuit de *woningbouw* liggen er plannen voor het ontwikkelen van een nieuwe woonwijk, Rijnenburg, van ongeveer 25.000 woningen. Dit zal de vraag naar (groene) recreatieruimte verhogen. Om de eigenheid van IJsselstein te behouden, wil de gemeente een tussengebied creëren dat groen is en aantrekkelijk voor recreanten.

2.3 Trends en ontwikkelingen

Reizen en uitstapjes blijven populair, vooral onder 55-plussers die steeds reislustiger worden. De sector staat echter ook voor economische uitdagingen, zoals hoge energieprijzen en krapte op de arbeidsmarkt.

In de verblijfsrecreatie zijn de wensen van consumenten divers. De één wil back to basic kamperen en onthaasten bij de boer, terwijl de ander meer luxe of unieke overnachtingsvormen zoekt.

Ook in de dagrecreatie zijn er ontwikkelingen. Steeds meer aanbod komt onder één dak, en digitale belevingen worden toegevoegd aan natuur, cultuur en historie. Recreëren in de natuur blijft ongekend populair, maar dit leidt tot toenemende druk op de natuur.

In de horeca zien we een dubbele trend: consumenten hechten enerzijds waarde aan gezond eten, maar genieten anderzijds ook van lekkernijen en snacks. Daarnaast verlangen consumenten naar maatwerk en streekproducten.

Consumenten zoeken steeds vaker online informatie over hun toeristische of recreatieve bestemming, maar er blijft ook behoefte aan persoonlijk contact als aanvulling op de digitale informatie. Wanneer het over de vakantiebestemming gaat, denken toeristen vaak aan een regio in plaats van een specifieke plek. Ze weten vaak niet in welke gemeente de bestemming precies ligt of waar de gemeentegrenzen beginnen of eindigen. Een bezoek aan, of vakantie in, IJsselstein zal vaak activiteiten omvatten die de gemeentegrens overschrijden.

2.4 Inwonersonderzoek

Hoe kijken inwoners tegen toerisme en recreatie in IJsselstein aan? Om dit te achterhalen, is een vragenlijst onder de inwoners verspreid. 583 inwoners hebben deze ingevuld. Door een weging van de resultaten is de response een goede afspiegeling van de inwoners.

Over het algemeen zijn de respondenten tevreden over de recreatieve voorzieningen, maar er zijn verbeterpunten, vooral op het gebied van wandelpaden en -voorzieningen. De kwaliteit kan worden verbeterd door betere toegang tot het buitengebied, het opknappen van paden en het realiseren van meer ommetjes. Ook zijn de inwoners minder tevreden over de kwaliteit van het winkelaanbod.



Inwoners hebben over het algemeen geen duidelijk beeld van het aantal bezoekers aan IJsselstein. Veel mensen hebben er geen zicht op of hebben een neutrale mening, en er is geen uitgesproken mening over of de bezoekersaantallen stijgen of dalen. Een grote groep geeft aan dit niet te weten. Dit kan deels verklaard worden door het lage percentage (4%) van inwoners wiens inkomen verbonden is aan toerisme en recreatie.

Respondenten denken dat evenementen en horeca de belangrijkste redenen zijn voor bezoekers om naar IJsselstein te komen. Tegelijkertijd vinden ze dat er aanbod ontbreekt voor bezoekers. Zo missen ze buitenzwemmogelijkheden, winkels, overnachtingslocaties en aanlegplaatsen voor boten nabij het centrum.

Hoewel respondenten InIJsselstein.nl, de lokale krant en sociale media redelijk vaak gebruiken voor informatie over recreatieve voorzieningen, wordt Het Uitbureau veel minder vaak geraadpleegd. Dit terwijl Het Uitbureau de website InIJsselstein.nl beheert en informatie levert aan de lokale krant en sociale media.

De respondenten geven aan dat toerisme en recreatie bijdragen aan de leefbaarheid. Bezoekers zorgen voor meer reuring, levendigheid en een gevoel van trots. Ook dragen ze bij aan de lokale economie en helpen ze het voorzieningenniveau op peil te houden.

De respondenten willen vooral dat het toeristisch -recreatieve beleid zich richt op het beschermen en behouden van cultuur en historie, de natuur en groene omgeving, en ervoor zorgt dat IJsselstein een fijne plek blijft om te wonen, werken en recreëren.

2.5 Verkennende gesprekken

Er zijn verschillende gesprekken gevoerd met belanghebbenden. Daaruit blijkt dat er meer bezoekers naar de stad moeten worden getrokken en dat de stad leefbaarder en aantrekkelijker moet worden. Het historisch karakter moet beter worden benut en er zijn investeringen in de openbare ruimte nodig. Bijvoorbeeld door een 'Historisch

OntmoetingsPunt (HOP) op te richten in De Waag; een erfgoedlocatie. Stakeholders beschouwen evenementen als een cruciaal onderdeel om bezoekers aan te trekken.

Ook wordt aangegeven dat de beleving in het buitengebied vergroot moet worden. De kans ligt in het creëren van veilige en aantrekkelijke routes, bij voorkeur met thema's. Het is belangrijk dat de plannen daadwerkelijk worden uitgevoerd en niet blijven liggen.

Om IJsselstein echt op de kaart te zetten, moet de samenwerking verbeteren. Vooral de samenwerking tussen het buitengebied en de binnenstad kan beter, zodat beide gebieden van elkaars kwaliteiten profiteren. Ook is niet altijd duidelijk welk samenwerkingsverband wat doet. Een deel van de stakeholders ziet het belang van regionale samenwerking om IJsselstein te promoten, maar sommigen vrezen dat hierdoor de couleur locale verloren gaat.

Om IJsselstein goed te profileren, moet de structuur van marketing en promotie worden verbeterd. Deze is nu niet efficiënt. Ook kan het informatiepunt op een logischere plek. Er moeten keuzes worden gemaakt zodat er een eenduidig beeld ontstaat over de profilering en organisatie dat door alle stakeholders wordt uitgedragen. Daarbij ontbreekt een heldere lange termijnvisie.

2.6 Vraag en aanbod

Voor welke doelgroepen is het aanbod in IJsselstein vooral aantrekkelijk? En past dit bij de inwoners en bezoekers? Om inzicht te krijgen in de verhouding tussen vraag en aanbod, is gekeken naar de doelgroepen waarvoor het aanbod in IJsselstein het meest aantrekkelijk is. Dit is vervolgens vergeleken met de vraag van zowel bezoekers als inwoners. De Leefstijlvinder is hiervoor gebruikt. In het bouwstenendocument is de uitgebreide analyse van vraag en aanbod te vinden.



De Leefstijlvinder

De Leefstijlvinder is een doelgroepsegmentatie specifiek gericht op de vrijetijdssector en wordt landelijk door overheden, organisaties en ondernemers toegepast. Het onderscheidt Nederlandse consumenten door middel van achterliggende waarden en karakterkenmerken in zeven leefstijlen: avontuurzoekers, plezierzoekers, harmoniezoekers, verbindingszoekers, rustzoekers, inzichtzoekers en stijlzoekers. Deze leefstijlgroepen staan voor de ideale vrijetijdsbeleving. Van deze leefstijlgroepen is heel veel informatie bekend over het gewenste aanbod, de ideale beleving en de ondernomen activiteiten. Het kan zijn dat iemand zich volledig herkent in één van de leefstijlen, maar soms passen twee of meerdere leefstijlen bij de manier waarop iemand zijn of haar vrije tijd op de ideale manier zou beleven. Al met al geeft de segmentatie een goed beeld van het 'soort' toerist en de gewenste beleving. Per leefstijl is een korte beschrijving gegeven over hun ideale beleving of activiteit.



Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden van avontuurlijke outdoor activiteiten tot wandelen in een natuurgebied of op het strand, ze doen het allemaal. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.



Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.



Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?



Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuineren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.



Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, en privacy/rust. Ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!





Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Vraag en aanbod

Om kansrijke ontwikkelrichtingen te identificeren, is de verhouding tussen vraag en aanbod geanalyseerd. Voor de vraag is gekeken naar inwoners van zowel IJsselstein als omliggende gemeenten. We zien dat de stijlzoeker en plezierzoeker veel voorkomend zijn in IJsselstein. In de regio, vooral in Utrecht, wonen daarnaast veel avontuurzoekers.

We zien dat vooral de verbindings-, harmonie- en plezierzoeker relatief goed bediend worden in IJsselstein. Dit zijn consumenten die op zoek zijn naar gezelligheid, reuring en ontmoeting. Voor de harmoniezoeker is er echter nog geen aantrekkelijk verblijfsrecreatief aanbod.

Uit de vergelijking tussen vraag en aanbod komen twee kansrijke strategieën naar voren voor het ontwikkelen van recreatief aanbod: verbreden en versterken.

Met *versterken* wordt bedoeld dat het bestaande aanbod beter op elkaar wordt afgestemd en elkaar aanvult. Zo is er voor de **harmoniezoeker** wel dagrecreatie en horeca, maar geen verblijfsrecreatie. Ook liggen er kansen om het aanbod voor de **plezierzoeker** te versterken. Vanuit het perspectief van recreatie aan de Hollandse IJssel wordt ook op deze doelgroep ingezet. In IJsselstein is er vooral horeca-aanbod voor de plezierzoeker, maar weinig verblijf- of dagrecreatie. Door in te zetten op de plezierzoeker kan het totale aanbod voor deze doelgroep verbeterd worden.

Het aanbod *verbreden* betekent het creëren van voorzieningen die aansluiten bij de leefstijl van zowel inwoners als bezoekers. Er liggen kansen om voor de **stijlzoeker** en **avontuurzoeker** dagrecreatie, verblijfsrecreatie en horeca te ontwikkelen. De stijlzoeker is veel aanwezig in IJsselstein en de omliggende gemeenten, terwijl de avontuurzoeker vooral in de gemeente Utrecht woont.

Op de volgende pagina zijn inspiratiekaders voor de verschillende kansrijke leefstijlen te vinden.



Plezierzoeker

Het hoofd leeg maken, tijd om je te laten gaan, geëntertaind worden en nieuwe avonturen beleven is wat een plezierzoeker omschrijft. Ze gaan graag naar een festival of evenement, het liefst met een gezellige groep. Ze kiezen graag bijzondere, gekke of verrassende plekken en proberen graag nieuwe dingen uit. Ze willen dat er voor iedereen wat te doen is en houden van een eigentijdse en bijzondere uitstraling goede faciliteiten, luxe en gemak.



Bron: Kaneel & Kruidels, Heerenstraat Theater

Stijlzoeker

De stijlzoeker wordt graag geprikkeld en zoekt graag de uitdaging op. De stijlzoeker vindt het heerlijk om zich te laten verwennen en te genieten van exclusiviteit. De inrichting mag variëren van klassiek tot design, zolang het maar luxe en exclusief is. Ze vinden het niet erg om hier wat meer voor te betalen, maar dan moet het ook echt goed zijn. Een luxe hotel of Airbnb spreekt hen aan. Ze houden van een menu van kwaliteit en zien graag kunstwerkjes op het bord of ongewone gerechten op de kaart.



Bron: Karel V, Park Broekhuizen

Harmoniezoeker

Voor de harmoniezoeker staat samen zijn in de vrije tijd centraal. Ze willen dat er voor iedereen wat te doen is. Ze houden van zowel actieve activiteiten (bijv. zwemmen) als van rustig aandoen (bijv. naar de sauna gaan). Ze verblijven graag op plekken waar veel praktische voorzieningen zijn en houden van een knusse sfeer. Waarbij ze niet te veel willen betalen.



Bron: De Krim, Herberg de Lingehoeve

Avontuurzoeker

De avontuurzoeker vindt het lekker om hun eigen gang te gaan. Ze willen zich verbreden en inspireren in hun vrije tijd. Cultureel, sportief, avontuurlijk, in de natuur of een themavakantie; vooral fijn als het anders is dan anders en dat het 'echte' lokale leven wordt ervaren. Gaan het liefst naar een bijzondere, gekke of verrassende locatie, waarbij deze best basic of kleinschalig mag zijn. De avontuurzoeker hoeft niet vermaakt te worden.



Bron: The Glass Cube, Tuinhotel Tralala

3 SWOT

Op basis van de analyse is een SWOT opgesteld, waarbij zowel de huidige situatie van de vrijetijdssector in IJsselstein als de toekomstige invloeden zijn onderzocht. Op basis hiervan zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de vrijetijdssector van IJsselstein uiteengezet.

Sterktes

- ◆ **Historisch stadje met hoog voorzieningenniveau.** IJsselstein is voor velen een verrassend levendig stadje, met veel horeca, een unieke weekmarkt en winkeltjes en een historie die lang terug gaat.
- ◆ **Centraal gelegen stadje.** IJsselstein heeft een centrale ligging in het land nabij Utrecht.
- ◆ **Mooi buitengebied met de Hollandse IJssel als blauwe ader.** Het buitengebied met de Hollandse IJssel vormt een mooi groen contrast in de verstedelijkte regio, met de Hollandse IJssel als blauwe ader in het landschap.
- ◆ **Goede fietsroute infrastructuur.** In de gemeente is het mooi fietsen en ligt er een goede fietsinfrastructuur, die ook goed gebruikt en gewaardeerd wordt door inwoners.
- ◆ **Ontwikkeling van toerisme wordt gedragen.** We zien een breed gedragen mening dat een groei van het aantal bezoekers aan IJsselstein van belang is voor de levendigheid en het in stand houden van voorzieningen. De inzet op meer toerisme wordt dan ook meestal gedragen.
- ◆ **Een relatief divers aanbod voor doelgroepen.** Alhoewel het aanbod deels beperkt is (vooral de verblijfsrecreatie), is het aanbod wat er is, redelijk divers. We zien dat alle leefstijlen (doelgroepen) aantrekkelijk aanbod kunnen vinden.
- ◆ **Evenementen zorgen voor reuring en worden gewaardeerd.** Er wordt in brede zin positief gesproken over de evenementen die door actieve organisaties en vrijwilligers georganiseerd worden in de gemeente, die zorgen voor levendigheid en reuring en worden gewaardeerd door inwoners.

Zwaktes

- ◆ **IJsselstein heeft onvoldoende schaalgrootte als zelfstandige bestemming .** IJsselstein is relatief klein, zowel de binnenstad als het buitengebied, wat er voor zorgt dat de gemeente als zelfstandige bestemming te klein is om bezoekers lang vast te houden. Er is daarvoor ook te weinig onderscheidend vermogen / reason to visit.
- ◆ **Gebrek aan samenwerking.** De twee parels van de gemeente, de binnenstad en het groenblauwe buitengebied, zijn op dit moment te veel 'gescheiden werelden'. Samenwerking en verbinding is in brede zin een aandachtspunt. Er zijn veel organisaties en initiatieven, maar zowel binnen de gemeente als daarbuiten ontbreekt het aan voldoende samenwerking hiertussen.
- ◆ **Recreatieve infrastructuur laat te wensen over.** Zowel inwoners als stakeholders geven aan dat de recreatieve infrastructuur onvoldoende is. Plannen voor wandelinfrastructuur in het buitengebied liggen er al veel, maar deze komen maar niet van de grond. Er zijn nog best veel ontbrekende schakels en het netwerk is niet fijnmazig genoeg. Wat verder ontbreekt zijn voorzieningen zoals openbare toiletten en beveiligde fietsstallingen. Ook de aantrekkelijkheid en veiligheid van wandel- en fietsroutes kan verbeterd worden.
- ◆ **De organisatie rondom informatievoorziening en marketing is nog niet optimaal.** De stakeholders die betrokken zijn bij marketing en promotie zijn het erover eens, dat de structuur die er nu is, niet efficiënt is. Hoe de structuur en inhoud eruit moet komen te zien, daarover is geen eenduidig beeld. Wat ontbreekt is een eenduidige lange termijnvisie, waarin ook keuzes gemaakt worden.
- ◆ **De stad is onvoldoende verbonden met het water.** De stad is momenteel onvoldoende verbonden met het water, er zijn te weinig aanlegplekken en het gebied rondom de IJssel in de stad is te weinig levendig.
- ◆ **Er is nauwelijks verblijfsrecreatie aanwezig .** Zowel in het centrum als in het buitengebied is weinig verblijfsrecreatie. Dat maakt dat bezoekers niet langer kunnen blijven. In het buitengebied zijn er voornamelijk vaste staanplaatsen.
- ◆ **Cultuur en erfgoed zijn nog niet beleefbaar genoeg.** IJsselstein heeft veel te bieden op het gebied van cultuur en erfgoed, echter is een groot deel niet beleefbaar voor inwoners en bezoekers.

Kansen

- ◆ **Samenwerking in de regio benutten**
De regio heeft meer aanbod te bieden, dat aanvullend is op de kwaliteiten van IJsselstein. Zo wordt de samenwerking met de Platform De Utrechtse Waarden als kans benoemd, maar ook met de andere kleinere historische stadjes en dorpen in de omgeving. Samen kan een veel uitgebreider en samengesteld product worden geboden aan de bezoeker.
- ◆ **IJsselstein als uitlooph gebied voor de stedelijke regio benutten**
Er is behoefte aan recreatieruimte in de drukke stedelijke regio. Zeker met de komst van de Utrechtse wijk Rijnenburg zal deze behoefte toenemen. IJsselstein kan een aantrekkelijk groen-recreatief uitlooph gebied worden voor deze inwoners, wat ook kan zorgen voor meer bestedingen. Ook de binnenstad kan hier, als relatief rustige tegenhanger van de grootstedelijke drukte een rol in vervullen en hiervan profiteren.
- ◆ **Inspringen op actuele trends kan zorgen voor meer onderscheidend vermogen**
Het is belangrijk om actueel te blijven; het inspringen op actuele trends is belangrijk om in de retail, de horeca en de dagrecreatie voldoende onderscheidend te blijven.
- ◆ **Ontwikkeling van verhaallijnen**
Bezoekers oriënteren zich steeds vaker ook op basis van thematische verhaallijnen. IJsselstein heeft bijzondere verhalen te vertellen; door deze in samenhang te ontwikkelen, kan de gemeente meer bezoekers aan zich gaan binden en een helder toeristisch profiel ontwikkelen.

Bedreigingen

- ◆ **Druk op retail IJsselstein kwetsbaar**
Het winkelaanbod in IJsselstein is mede bepalend voor de aantrekkelijkheid van de stad. Dat maakt IJsselstein extra kwetsbaar voor de druk op de retail als gevolg van online winkelen.
- ◆ **Recreatieve druk zal vergroten door komst Rijnenburg**
De komst van Rijnenburg kan ook een bedreiging vormen voor met name het buitengebied. Zonder daadwerkelijke maatregelen zal de druk op de omgeving en infrastructuur te groot worden en zal de veiligheid en beleving onder druk komen te staan.
- ◆ **Vergrijzing kan zorgen voor verstilling**
Er zijn relatief veel stakeholders die zich zorgen maken over de vergrijzing. Als onvoldoende wordt nagedacht over hoe IJsselstein aantrekkelijk te houden voor jongere generaties, zal ook de recreatieve aantrekkingskracht mogelijk afnemen.
- ◆ **OV-verbinding niet optimaal**
De bereikbaarheid van IJsselstein met het OV is niet optimaal. Zo is de reistijd met de tram vanaf de stad Utrecht lang, zeker gezien de geringe afstand, en daarmee weinig aantrekkelijk. Dat zorgt voor mogelijk extra automobiliteit in een toch al druk gebied en dat tast de recreatieve aantrekkelijkheid aan. Daarnaast is het buitengebied moeilijk tot niet bereikbaar met het OV.
- ◆ **Energie-opgave zorgt voor uitdaging**
In het buitengebied ligt een opgave om zonne-energie op te wekken. Zonder goede landschappelijke inpassing en recreatief medegebruik kan dat leiden tot aantasting van het landschap en de recreatieve mogelijkheden.
- ◆ **Afhankelijkheid van grondeigenaren is groot**
Voor de ontwikkeling van recreatieve infrastructuur ben je afhankelijk van partijen zoals Rijkswaterstaat, Staatsbosbeheer en private grondbezitters zoals boeren. Dat zorgt ervoor dat plannen wellicht lastig of niet uitvoerbaar zijn.

4 Ambitie en speerpunten

Het is belangrijk om in te spelen op kansen en bedreigingen af te weren door de sterke punten van de gemeente beter te benutten en de zwaktes aan te pakken. Op basis van de eerder genoemde SWOT-analyse heeft de gemeente vier speerpunten opgesteld voor de komende beleidsperiode (2025-2035). Eerst presenteren we de ambitie van de gemeente.

4.1 Ambitie

IJsselstein wil met haar toeristisch-recreatief beleid de groei van bezoekersaantallen stimuleren. De huidige afhankelijkheid van eigen inwoners maakt de aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad kwetsbaar. Meer bezoekers van buiten kunnen bijdragen aan de economie, leefbaarheid en reuring in de stad. Tegelijkertijd wil de gemeente inspelen op de groeiende behoefte aan meer recreatieve buitenruimte en deze ontwikkeling goed sturen, zodat IJsselstein aantrekkelijk blijft voor zowel bezoekers als inwoners. Daarom richt de gemeente zich volop op de recreatieve kansen die voortkomen uit het programma Groen Groeit Mee. De gemeente wil haar beide parels, de historische binnenstad en het groenblauwe buitengebied, beter met elkaar verbinden, zodat zij elkaar ook versterken.

Ambitie nader geconcretiseerd

Het is momenteel lastig om de ambitie om te zetten in concreet meetbare doelstellingen, omdat er weinig lokale data beschikbaar zijn over toerisme en recreatie. Belangrijk is dat we zowel fysieke als digitale bezoekersstromen in kaart gaan brengen en op basis daarvan doelstellingen bepalen.

Zo beschikken we al over het koopstromenonderzoek uit 2021. Daaruit bleek dat 78% van de recreatieve bestedingen uit de eigen gemeente kwam, terwijl dit in vergelijkbare gemeenten 70% was. Ons doel is om in IJsselstein in 2030 minimaal hetzelfde percentage te behalen.

We voeren we binnen het actieprogramma een nulmeting uit, waarin we meerdere parameters in kaart gaan brengen. Op basis daarvan stellen we concrete en haalbare doelen vast.

4.2 Randvoorwaarde: regie

Het voeren van regie is cruciaal om toerisme en recreatie in samenhang te ontwikkelen. Enerzijds om te zorgen dat plannen daadwerkelijk van de grond komen (en niet op de plank blijven liggen, waar veel stakeholders 'bang' voor zijn; er zijn immers al zo veel plannen), anderzijds om professionalisering en samenwerking aan te jagen; dat vraagt ook om lef om knopen door te hakken en met de versnippering aan de slag te gaan. Dat vraagt zeker in een beginperiode om goede regie. Als gemeente zijn we niet alleen verantwoordelijk voor de uitvoering, we gaan dit met diverse partijen samen oppakken.



4.3 Speerpunten van beleid

We lichten hieronder vier speerpunten van het beleid toe. De volgorde waarin ze worden besproken, zegt niets over de uitvoering: alle speerpunten zijn even belangrijk en kunnen tegelijkertijd en in samenhang worden uitgevoerd. In het uitvoeringsprogramma werken we dit verder uit.

Speerpunt 1 Toeristisch profiel ontwikkelen

Waar zetten we op in?

We richten ons op het ontwikkelen van verhaallijnen rondom cultuur(historie), water en het landschap. Dat zorgt voor samenhang in IJsselstein. Deze verhaallijnen maken we ook beleefbaar. Op basis hiervan stellen we een duidelijk toeristisch profiel op: wat maakt IJsselstein aantrekkelijk om te bezoeken, voor zowel bezoekers van buiten als de eigen inwoners? Om te bepalen op welke vlakken we IJsselstein verder willen positioneren, gaan we verkennen welk onderscheidend toeristisch profiel het beste aansluit op het DNA van de gemeente. Hierbij kijken we gebruik van de leefstijlprofielen.

Waarom is dat belangrijk?

IJsselstein biedt zowel inwoners als bezoekers veel. De binnenstad, monumenten, het polderrijke buitengebied en publiekstrekkingen, zoals de Grootste Kerstboom van Nederland, zorgen voor een aantrekkelijk en levendig imago. Toch is de samenwerking binnen de gemeente nog niet optimaal en zijn de verschillende werelden soms te gescheiden. Ook ontbreekt een duidelijke 'reason to visit' voor IJsselstein. IJsselstein heeft bijzondere verhalen te vertellen; door deze in samenhang te ontwikkelen, kan de gemeente meer bezoekers aan zich gaan binden.

Speerpunt 2 Promotie, marketing en informatievoorziening herzien

Waar zetten we op in?

We gaan aan de slag met één professionele organisatie die vorm en inhoud geeft aan marketing en informatievoorziening op het totale werkveld van de bezoekerseconomie. We zijn ons hierbij bewust van de

gevoeligheden, maar we nemen ook de nodige stappen en maken keuzes om meer efficiëntie en effectiviteit te behalen. We zetten daarbij in op beide parels (binnenstad en buitengebied) en de kracht van hun verbinding. We kijken opnieuw naar de locatie van de informatievoorziening; wat is de meest logische plek om informatie aan bezoekers te geven? Daarbij kijken we naar de fysieke locatie (zoals bereikbaarheid en ruimte voor ontvangst) als naar de serviceverlening (zoals openingstijden, persoonlijke dienstverleningen, tijd om telefonisch of fysiek bezoekers te helpen). We maken bewuste keuzes in doelgroepen, met gebruik van de Leefstijlvinder. Daarnaast zoeken we samenwerking met de regio, plaatsen IJsselstein in een breder perspectief en werken samen met de Platform De Utrechtse Waarden en de omliggende oude stadjes en dorpen.

Waarom is dat belangrijk?

De organisatie rondom informatievoorziening en marketing is nog niet optimaal. Alle betrokken stakeholders zijn het erover eens dat de huidige structuur niet efficiënt en duidelijk is. Bovendien lopen de belangen van stakeholders door elkaar heen. We moeten samen opnieuw bekijken hoe we dit beter kunnen organiseren, zodat we op basis van het toeristisch profiel en de verhaallijnen (speerpunt 1) IJsselstein eenduidiger en effectiever kunnen profileren naar bezoekers.

Speerpunt 3 Ontwikkeling van routestructuren

Waar zetten we op in?

We ontwikkelen een samenhangend routeplan, waarbij we ook de uitvoeringskosten in kaart brengen. Zo blijft het niet bij plannen en creëren we ruimte voor nieuwe infrastructuur om knelpunten op te lossen. Dat vraagt lef om door te pakken. Omdat de investeringen in fysieke aanpassingen groot kunnen zijn, kunnen we dit niet alleen vanuit toeristisch-recreatief beleid doen. Daarom sluiten we aan bij de toekomstplannen van Groen Groeit Mee en nieuwe aan te leggen woonwijken. We zetten extra in op de verbinding tussen de binnenstad en buitengebied. We leggen in ieder geval de nadruk op wandelen (met verbetering van mogelijkheden tot ommetjes, variatie, voorzieningen, veiligheid en beleving), maar verbeteren ook waar nodig de

fietsinfrastructuur. Zo zetten we in op een beweegvriendelijke omgeving, die mensen verleidt om actief te bewegen.

Waarom is dat belangrijk?

Het buitengebied vormt een mooi groen contrast in de verstedelijkte regio, met de Hollandse IJssel als blauwe ader, maar de verbinding met de stad is nog niet optimaal. Daarnaast is er een groeiende behoefte aan recreatieruimte in de drukke stedelijke regio, die met de komst van de Utrechtse wijk Rijnenburg alleen maar groter zal worden. Zowel inwoners als stakeholders geven aan dat de recreatieve infrastructuur onvoldoende is. Plannen voor wandelinfrastructuur in het buitengebied liggen er al veel, maar deze komen maar niet van de grond. Er ontbreken nog veel schakels en het netwerk is niet fijnmazig genoeg. Een beweegvriendelijke omgeving draagt bij aan de fysieke en mentale gezondheid van onze inwoners.

Speerpunt 4 Ontwikkeling van aanbod

Waar zetten we op in?

We zetten in op meer beleving in de binnenstad en de verbinding van de stad met het water, aansluitend op het toekomstbeeld voor de binnenstad. We verbeteren de verbinding met het buitengebied door bijvoorbeeld boot- en fietsverhuur en arrangementen te ontwikkelen. We hechten belang aan beeldbepalende evenementen (nieuw of bestaand). Deze dragen bij aan beleving, leefbaarheid en samenhang, waar stad en buitengebied beide op in kunnen haken. Waar mogelijk ondersteunen we evenementen, die binnen het DNA van IJsselstein passen, met de dienstverlening. In het buitengebied creëren we meer belevingsplekken: strandjes en belevingsbossen.

Specifiek zorgen we voor meer overnachtingsmogelijkheden. We leggen de nadruk op de binnenstad, met behoud van cultureel erfgoed, aangezien de mogelijkheden daar nu beperkt zijn. In het buitengebied kijken we hoe we met vernieuwende, aan routes gekoppelde, kleinschalige accommodatievormen kunnen bijdragen aan de beleving van het Hollandse IJsselgebied.

We richten ons op kansrijke doelgroepen op basis van de Leefstijlvinder en ondersteunen ondernemers met kennissessies om deze inzichten in de praktijk toe te passen.

Waarom is dat belangrijk?

De evenementen trekken bezoekers naar de gemeente. Dit helpt de leefbaarheid van de inwoners te verbeteren. Zowel in het centrum als in het buitengebied is weinig verblijfsrecreatie. Dat maakt dat bezoekers niet lang kunnen blijven en dat we ook de zakelijke markt nog onvoldoende kunnen bedienen. De stad is momenteel onvoldoende verbonden met het water, er zijn te weinig aanlegplekken en het gebied rondom de IJssel in de stad is te weinig levendig. Ook kan de cultuur(historie) van de stad beter beleefbaar gemaakt worden. We zetten in op meer beleving en aantrekkelijker aanbod, zowel in de stad als eromheen, om het verblijf en bezoek te verbeteren.



Bronnenlijst

- ◆ ABN AMRO (2024) Natuurlijk Genieten. https://www.abnamro.nl/nl/media/rapport-natuurlijk-genieten-januari-2024_tcm16-218404.pdf
- ◆ ABN AMRO. (2023) Rijp voor avontuur. <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/leisure/rijp-voor-avontuur.html>
- ◆ ANWB. (2024) Meer ruimte voor recreatie. <https://merk.anwb.nl/m/6e8983133e00248c/original/230516-Meer-ruimte-voor-recreatie-I-Verkenning-nationaal-toekomstig-recreatietekort.pdf>
- ◆ Horecamagazine (2024) Belangrijkste trends in restaurants van 2024. <https://www.horecamagazine.nl/nieuws/horeca-algemeen/17681/de-belangrijkste-trends-in-restaurants-van-2024>
- ◆ Hospitality Management. (2022) ING: Sterkere prijsstijgingen bij hotels dan bij restaurants. <https://www.hospitality-management.nl/ing-sterkere-prijsstijgingen-bij-hotels-dan-bij-restaurants>
- ◆ Hospitality Management. (2024) ING: "Btw-verhoging op logies komt vrijwel volledig voor rekening van hotelgast". <https://www.hospitality-management.nl/ing-btw-verhoging-op-logies-komt-vrijwel-voledig-voor-rekening-van-hotelgast#:~:text=%E2%80%9CHet%20hoofdlijnenakkoord%20van%20de%20nieuwe,liefst%2011%20procent%20per%202026>.
- ◆ KHN. (2024) Millennials en Gen Z-ers zetten de toon: van gezond naar lekker, van vegan naar hybride. <https://www.khn.nl/nieuws/5-inzichten-voor-de-food-en-hospitalitymarkt>
- ◆ NBTC. (2023) Onderzoek naar de potentie van plattelandsvakanties in Nederland (<https://www.nbtc.nl/nl/site/download/onderzoek-plattelandsvakanties.htm?disposition=inline>)
- ◆ NBTC. (2023). Opnieuw forse groei toerisme in Nederland. <https://www.nbtc.nl/nl/site/actueel/opnieuw-forse-groei-toerisme-in-nederland.htm>
- ◆ NRIT. (2022) Hotels en horeca in het nauw door energierekening. https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45830/Hotels_en_horeca_in_het_nauw_door_energierekening/?topicsid=11
- ◆ NRIT. (2023), Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd.
- ◆ NRIT. (2024), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd.
- ◆ Pretwerk. (2024) Glamping trends van 2024. <https://pretwerk.nl/insight/glamping-trends-van-2024/85362>
- ◆ RED (2023) Van boeking naar beleving: de impact van digitalisering in de toerismebranche. <https://redonlinemarketing.nl/blog/impact-van-digitalisering-in-de-toerismebranche>
- ◆ Van Geloven. (2024) Dit zijn de belangrijkste horeca trends en ontwikkelingen. <https://www.vangeloven.com/tips-tricks/horeca-trends-en-ontwikkelingen>
- ◆ Vrijetijdskennis. (2024) <https://www.vrijetijdskennis.nl/trends/>
- ◆ Gemeente IJsselstein (2023). Economische visie 2024 – 2030.
- ◆ Gemeente IJsselstein (2024). Beleidsnota evenementen 2025 - 2030.
- ◆ Gemeente IJsselstein (2021). Beleidsnota Kunst en Cultuur 2021-2029
- ◆ Sport Utrecht (2023). Fieldlab sportieve recreatieve routes richting het Nedereindse Park.
- ◆ Gemeente IJsselstein (2023). IVOR (Integrale Visie Openbare Ruimte) 2024 – 2029.
- ◆ Gemeente IJsselstein (2023). IBOR (Integraal Beheerplan Openbare Ruimte) 2024 – 2029.
- ◆ Ruis en Reuring (2024). Optimalisering toeristisch-recreatieve marketing- en informatiefunctie IJsselstein.
- ◆ Gemeente IJsselstein/DTNP (2023). Toekomstbeeld binnenstad IJsselstein.
- ◆ Gemeente IJsselstein. Infographic Gezond en Actief leven in IJsselstein.

