

Visie recreatie en toerisme IJsselstein

21 januari 2025



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies



Agenda

Opening en welkom

Kort voorstelrondje

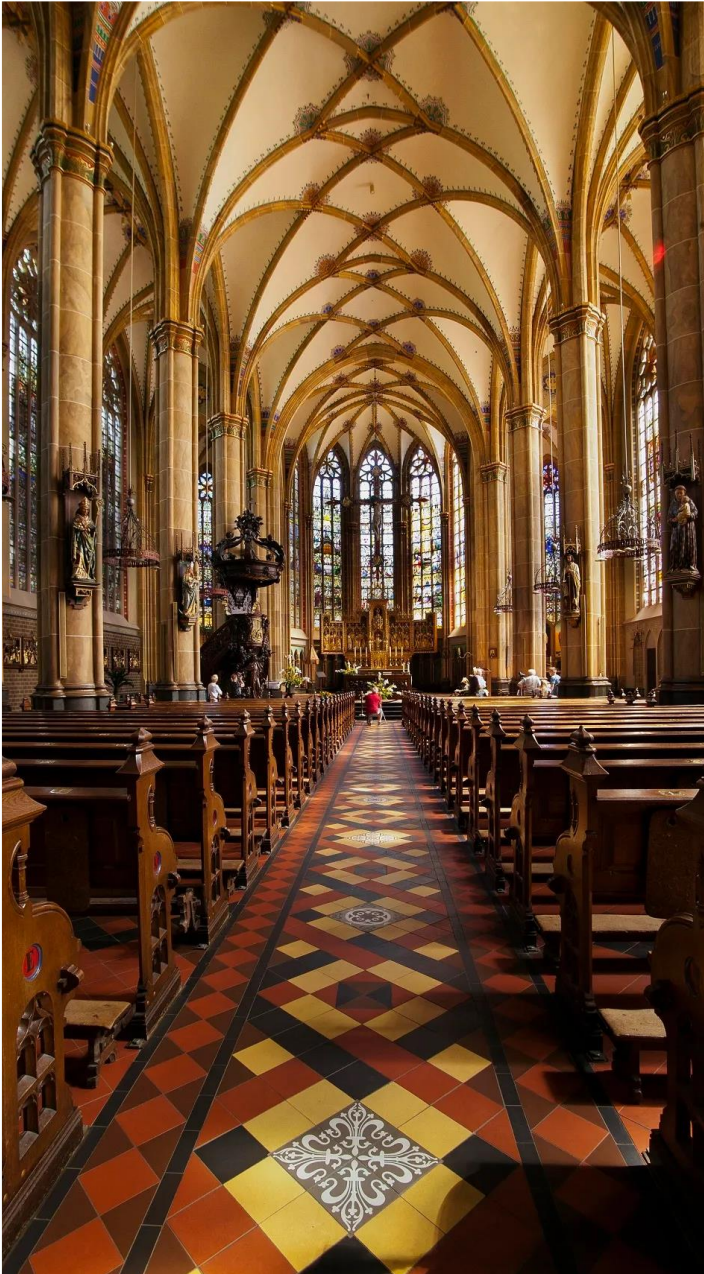
Introductie: wat zijn we tegen gekomen?

Ruimte voor vragen

Werksessie in twee rondes:

- Aanvullingen/reacties op onze analyse
- Aanvullingen/reacties op de eerste voorstellen voor speerpunten van beleid

Afsluiting en vooruitblik



Terugblik

- Startgesprek/gebiedsbezoek
- Deskstudie beleid, onderzoeken, trends
- Inwonersonderzoek via DUO Panelbureau
- Leefstijlonderzoek: voor welke doelgroepen is het aanbod voornamelijk aantrekkelijk?
- gesprekken met stakeholders

Vertaald naar analyse en voorstel
speerpunten voor vanavond!



Wat vragen we van u?

Feedback op de analyse: wat missen we?

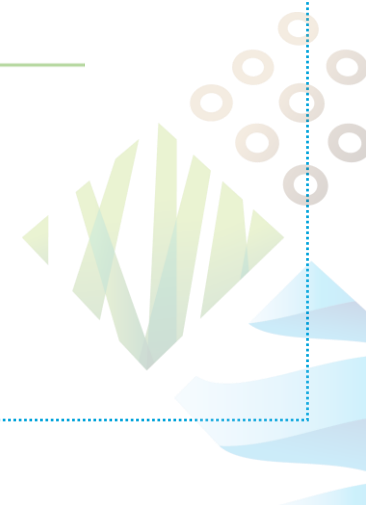
Feedback op de speerpunten: bent u het daarmee eens of moeten er andere dingen gebeuren?

We verwerken uw input en bespreken dit met de gemeente



Enkele bevindingen

	<u>IJsselstein</u>	Utrecht ²	Nederland
Aandeel banen in de vrijetijdssector in 2023	6,5%	5,9%	6,6%
Procentuele verandering van banen in de vrijetijdssector tussen 2019 en 2023	-1%	-4%	-1%

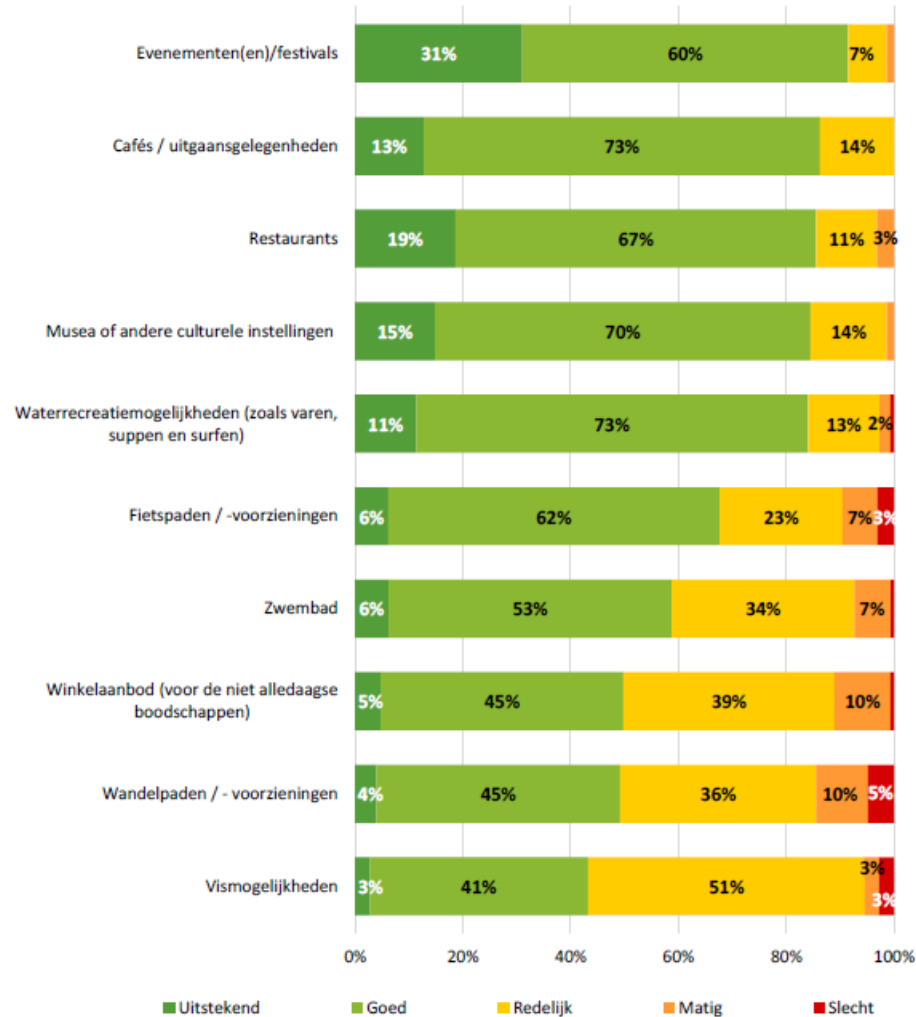


Bestaand beleid en plannen

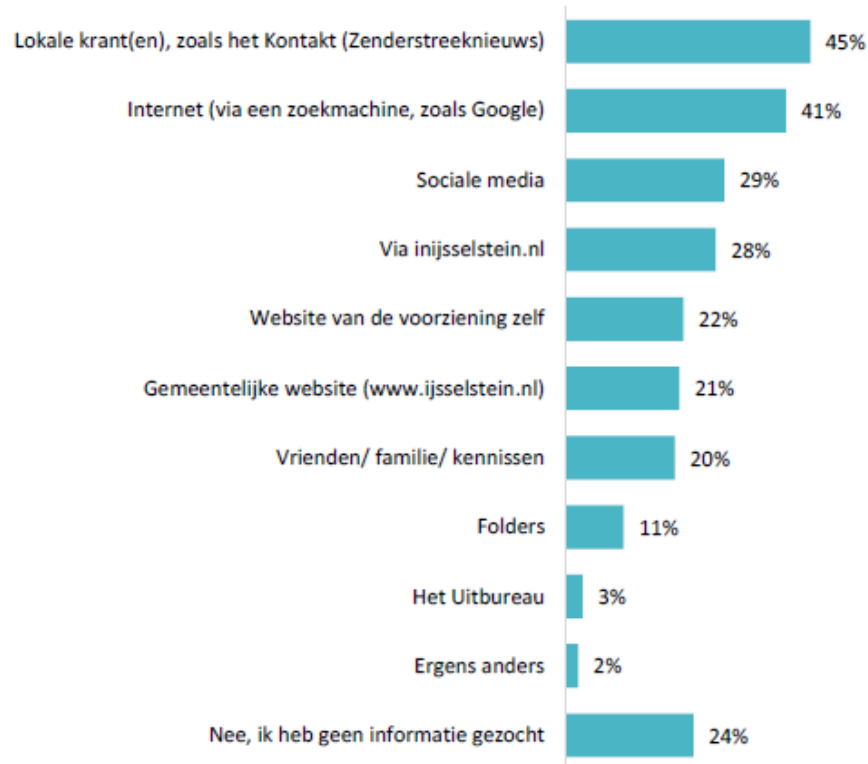
- Binnenstadsvisie
- Economische visie
- Omgevingsvisie
- Ontwikkeling buitengebied in het kader van Groen Groeit Mee
-



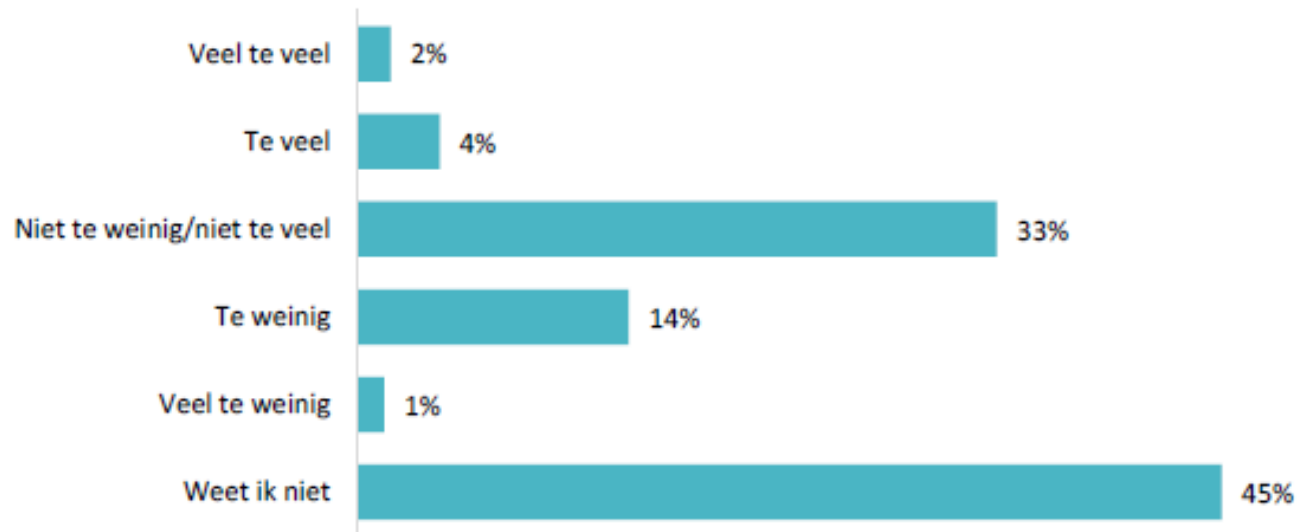
Inwoners: tevredenheid voorzieningen



Inwoners: waar vinden ze hun informatie?



Inwoners: wat vindt u van het aantal bezoekers?



Inwoners: waar moet de gemeente aan werken



- 1. Historisch stadje met hoog voorzieningenniveau.**
IJsselstein is voor velen een verrassend levendig stadje, met veel horeca en winkeltjes en een historie die lang terug gaat.
- 2. 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.
- 3. Goede fietsrouteinfrastructuur.**
In de gemeente is het mooi fietsen en ligt er een goede fietsinfrastructuur, die ook goed gebruikt en gewaardeerd wordt door inwoners.

4. Ontwikkeling van toerisme wordt meestal 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.

5. 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 veel doelgroepen aantrekkelijk aanbod kunnen vinden.

6. Evenementen zorgen voor reuring en worden gewaardeerd.

Er wordt in brede zin positief gesproken over de evenementen die georganiseerd worden in de gemeente, die zorgen voor levendigheid en reuring en worden gewaardeerd door inwoners.

1. IJsselstein heeft onvoldoende schaalgrootte als eigenstandige bestemming.

IJsselstein is relatief klein, zowel de binnenstad als het buitengebied, wat er voor zorgt dat de gemeente als eigenstandige bestemming te klein is om bezoekers lang vast te houden. Er is daarvoor ook te weinig onderscheidend vermogen / reason to visit

2. Gebrek aan samenwerking

De twee parels van de gemeente, de binnenstad en het groenblauwe buitengebied, zijn op dit moment te veel 'gescheiden werelden'. Samenwerking 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.

3. Wandelinfrastructuur laat te wensen over

Zowel inwoners als stakeholders geven aan dat de wandelinfrastructuur onvoldoende is. Er liggen voor het buitengebied al veel plannen, maar deze komen maar niet van de grond. Er zijn nog best veel ontbrekende schakels en het netwerk is niet fijnmazig genoeg.

4. 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.

5. 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.

6. Er is in de stad nauwelijks verblijfsrecreatie aanwezig

Het is voor toeristen maar zeer beperkt nodig om in de stad te overnachten. Dat maakt dat bezoekers niet langer kunnen blijven.

1. 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 Utrechtse Waarden als kans benoemd, maar ook met de andere kleinere historische stadjes in de omgeving. Samen kan een veel uitgebreider en samengesteld product worden geboden aan de bezoeker.

2. IJsselstein als uitloopgebied voor de stedelijke regio benutten

Er is behoefte aan recreatieruimte in de drukke stedelijke regio. Zeker met de komst van Rijnenburg zal deze behoefte toenemen. IJsselstein kan een aantrekkelijk groen-recreatief uitloopgebied 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.

3. 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.

4. Ontwikkeling van verhaallijnen als basis voor toeristisch profiel

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.

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

Speerpunt 1 Toeristisch profiel ontwikkelen

Ontwikkeling van **verhaallijnen** rondom cultuurhistorie, water en het landschap dat zorgt voor samenhang in IJsselstein. Maak deze verhaallijnen beleefbaar. Ontwikkel op basis hiervan een duidelijker toeristisch profiel: wat maakt IJsselstein aantrekkelijk en bijzonder om te bezoeken?

Speerpunt 2 Promotie, marketing en informatievoorziening herzien

Concreet aan de slag met **één professionele organisatie** die vorm en inhoud geeft aan marketing en informatievoorziening. Met bewustzijn van de gevoeligheden, maar ook met het lef om door te pakken. Zet daarbij in op **béide parels** (binnenstad en buitengebied) en de kracht van de verbinding van de twee. Zoek **samenhang** met de regio: plaats IJsselstein in een groter kader, en zoek de samenwerking op met de Utrechtse Waarden en de oude stadjes in de omgeving. Kijk naar een logische plek voor het **toeristisch informatiepunt**.

Speerpunt 3 Ontwikkeling van routestructuren

Ontwikkel een samenhangend **routeplan**, inclusief kosten voor uitvoering, zodat het niet bij plannen blijft. Uitrol plan voor Hollandse IJsselgebied i.h.k.v Groen Groeit Mee. Met extra inzet op **verbinding** binnenstad en buitengebied. Met nadruk op **wandelen**: ommetjes, variatie, voorzieningen, veiligheid, beleving.

Speerpunt 4 Ontwikkeling van aanbod

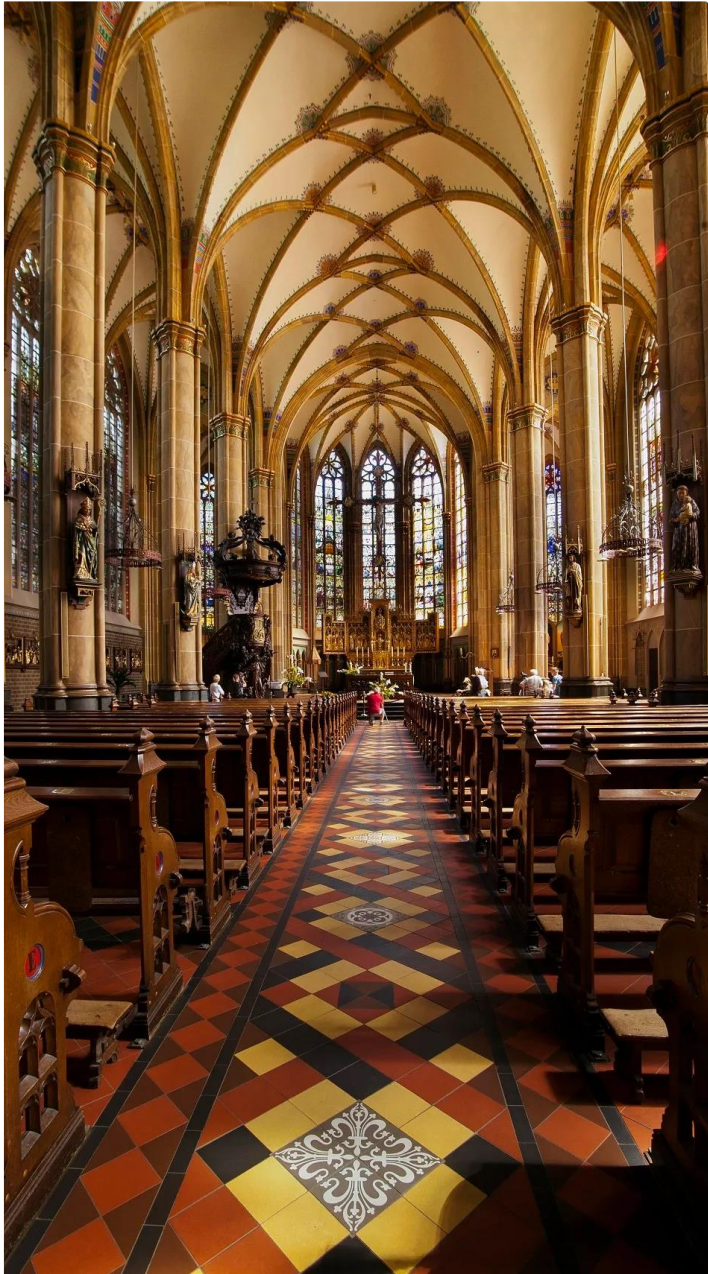
Het **aanbod** in IJsselstein moet op peil blijven: aantrekkelijk voor inwoners en bezoekers.

Specifieke aandacht vraagt de **verblijfsrecreatie**. Leg de nadruk op de binnenstad en op **onderscheidend vermogen** qua doelgroep én de verbinding met het DNA van IJsselstein.

Zet in op beleving in de **binnenstad** en het verbinden aan het water. Met **verbinding** met het buitengebied, via bootverhuur, fietsverhuur en arrangementen en bouw aantal beeldbepalende evenementen uit

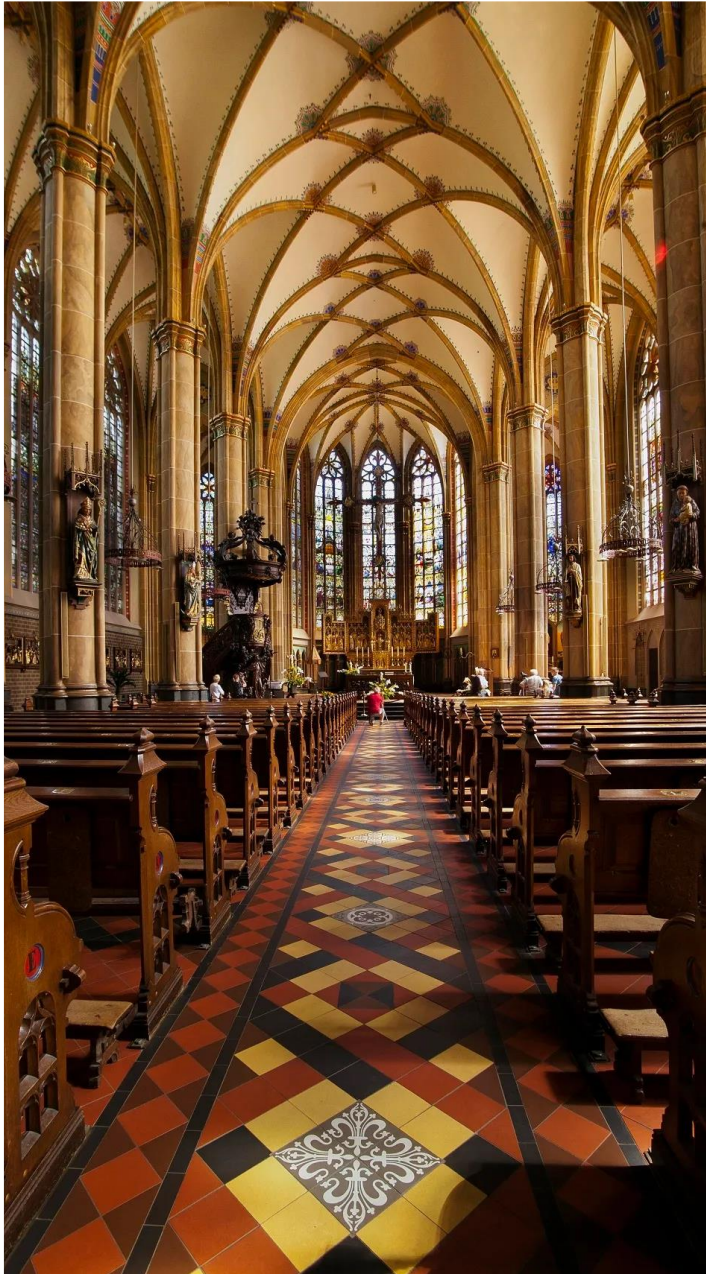
Zorg in het **buitengebied** voor meer belevingsplekken: strandjes en belevingsbossen. Zet daarbij in op kansrijke doelgroepen.

Vragen?



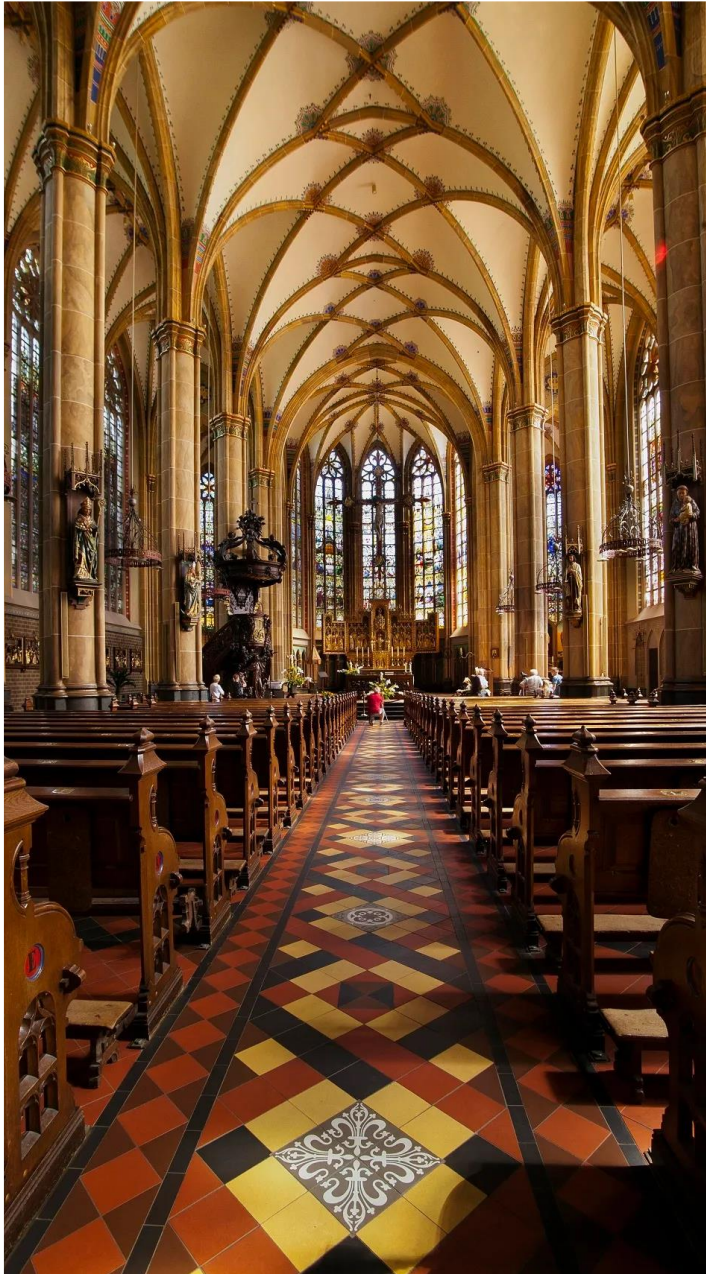
Uw input op de SWOT

- Mist er iets? Schrijf het erbij!
- Klopt het niet? Schrijf het erbij!



Uw reactie op de speerpunten

- Per speerpunt uw stem:
 - Groen: goed speerpunt!
 - Oranje: dat kan beter!
 - Rood: ben ik het niet mee eens
- Per speerpunt uw toelichting
 - Waarom?
 - Hoe kan het beter?



Heeft u ideeën over de uitvoering van onderstaande speerpunten?

26

Speerpunt 1 Toeristisch profiel ontwikkelen: Ontwikkeling van **verhaallijnen** rondom cultuurhistorie, water en het landschap dat zorgt voor samenhang in IJsselstein. Maak deze verhaallijnen beleefbaar. Ontwikkel op basis hiervan een duidelijker toeristisch profiel: wat maakt IJsselstein aantrekkelijk en bijzonder om te bezoeken?

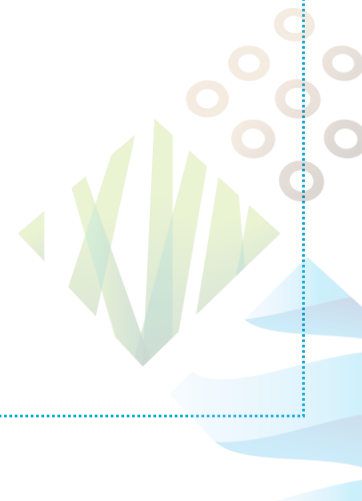
Speerpunt 2 Promotie, marketing en informatievoorzieningen herzien: Concreet aan de slag met **één professionele organisatie** die vorm en inhoud geeft aan marketing en informatievoorziening. Met bewustzijn van de gevoeligheden, maar ook met het lef om door te pakken. Zet daarbij in op béide parels (binnenstad en buitengebied) en de kracht van de verbinding van de twee. Zoek **samenhang** met de regio: plaats IJsselstein in een groter kader, en zoek de samenwerking op met de Utrechtse Waarden en de oude stadjes in de omgeving. Kijk naar een logische plek voor het **toeristisch informatiepunt**.

Speerpunt 3 Ontwikkeling van routestructuren: Ontwikkel een samenhangend **routeplan**, inclusief kosten voor uitvoering, zodat het niet bij plannen blijft. Uitrol plan voor Hollandse IJsselgebied i.h.k.v Groen Groeit Mee. Met extra inzet op **verbinding** binnenstad en buitengebied. Met nadruk op **wandelen**: ommetjes, variatie, voorzieningen, veiligheid, beleving.

Speerpunt 4 Ontwikkeling van aanbod: Het **aanbod** in IJsselstein moet op peil blijven. Specifieke aandacht vraagt de **verblijfsrecreatie**. Leg de nadruk op de binnenstad en op **onderscheidend vermogen** qua doelgroep én de verbinding met het DNA van IJsselstein. Zet in op beleving in de **binnenstad** en het verbinden aan het water. Met **verbinding** met het buitengebied, via bootverhuur, fietsverhuur en arrangementen en bouw aantal beeldbepalende evenementen uit. Zorg in het **buitengebied** voor meer belevingsplekken: strandjes en belevingsbossen. Zet daarbij in op kansrijke doelgroepen.

Vervolgstappen

- Verwerken input op de speerpunten
- Uitvoeringsprogramma opstellen op basis van jullie input
- Bijeenkomsten
 - Overleg met de gemeentelijke begeleidingsgroep (februari)
 - Dialoogbijeenkomst 2: maart → invulling uitvoeringsprogramma
 - Eindconcept in College: 18 maart
 - Afronding vóór 1 april



Vragen?

