

Beleidskader Vrijetijdseconomie 2022-2025

Waardevol toerisme - bestemming Emmen



Voorwoord

**'Drente is zo mooi, zo zeer pakt het me algeheel in en voldoet mij absoluut, dat ik, indien ik niet voor altijd hier kon zijn, ik liever 't maar niet gezien had. Het is onbeschrijflijk schoon. Met een handdruk'.
Vincent van Gogh aan zijn broer Theo
oktober/november 1883**

De gemeente Emmen wil bezoekers een bijzondere, waardevolle ervaring bieden. Een kwalitatief hoogwaardig aanbod met aandacht voor onze verhalen. De schoonheid van het landschap die Vincent van Gogh zo'n 140 jaar geleden al beschreef, is tijdloos gebleken. Het Drentse Veenland en de rijke natuur zitten in het DNA van ons gebied en vormen daarmee een waardevol fundament voor onze vrijetijdseconomie.

In deze nieuwe nota vrijetijdseconomie beschrijven we hoe we het verhaal van Emmen nog sterker kunnen ontwikkelen. Want hoewel het unieke Drentse Veenland nog altijd goed bewaard en herkenbaar is, verwacht de bezoeker in 2022 een ander aanbod dan de reizende schilder in 1883. Die overigens een prima logement vond in onze gemeente.

Door de verhalen uit ons gebied te vertellen en te verbeelden ontstaat een helder 'toeristisch profiel'. Herkenbaar voor de bezoekers en een sterke basis voor productontwikkeling en promotie. Daarmee kunnen we waarde toevoegen, niet alleen voor onze bezoekers maar ook voor onze ondernemers en onze inwoners.

We willen het recreatieve aanbod aan laten sluiten bij het toeristisch profiel. Naast natuur zijn ook zeker dé dagattractie Wildlands en de stedelijke dynamiek van Emmen daar onderdeel van. Een mooi divers en gevarieerd aanbod waarmee we een aantrekkelijke bestemming voor bezoekers zijn. Dit biedt kansen voor ondernemers om actief in te springen op trends en door innovatie, technologie en duurzaamheid producten te ontwikkelen die passen bij Emmen.

We faciliteren ze daarbij. Ook werken we aan de samenwerking die nodig is om over individuele grenzen te kijken. Gelukkig beschikken we al over een sterke regionale samenwerking en zijn binnen de gemeentegrenzen onderwijs- en kennisinstellingen aanwezig. We hebben uitdagingen genoeg: hoe vinden we genoeg kwalitatief goed personeel, hoe gaan we om met technologische ontwikkelingen en hoe zorgen we voor flexibiliteit om in te spelen op de steeds veranderende wensen van de consument.

In deze nota hebben we een lijst met actiepunten opgenomen. Daarmee maken we concreet hoe we innovatief blijven en inspelen op ontwikkelingen, op weg naar waardevol toerisme, dat bijdraagt aan welvaart en welzijn in onze mooie gemeente.

Robert Kleine
Wethouder Recreatie & Toerisme



foto: Mervin de Jong

Inhoudsopgave

1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Totstandkoming beleidskader	7
1.3 Relatie voorgaand beleidskader	7
1.4 Opzet beleidskader	8
2 Waar we aan gaan werken	11
2.1 Onze visie	11
2.2 Waardevol toerisme	11
2.3 Belangrijke uitgangspunten	12
3 De context	15
3.1 De landelijke en regionale context	15
3.2 De gemeentelijke context	16
4 Analyse	19
4.1 DNA en identiteit	19
4.2 Doelgroepen	20
4.3 Belangrijkste trends en ontwikkelingen	21
4.3 SWOT-analyse	23
5 Vier speerpunten van beleid	27
5.1 Waardevol toerisme als uitgangspunt	27
5.2 Vier speerpunten van beleid	27
6 Uitvoeringsagenda: wat gaan we doen	31
Bijlage: kenmerken vrijetijdseconomie	36



Hoofdstuk 1

Inleiding

1.1 Aanleiding

*'De gemeente Emmen heeft een rijke historie en beschikt over een prachtig erfgoed. Tegelijkertijd zijn de stad en omliggende dorpen meegegaan met hun tijd. Emmen heeft daardoor verschillende sterke punten die goed aansluiten op de behoefte aan kwaliteit en beleving van de moderne vrijetijdskonsument'.
Bron: Beleidskader vrijetijdseconomie 2017-2021.*

Een nieuw beleidskader vrijetijdseconomie

Het beleidskader vrijetijdseconomie 2017-2021 loopt in 2021 af. De vrijetijdseconomie is, met totale bestedingen van 179 miljoen in 2019, fors. Ontwikkelingen in de sector gaan snel. Dit vraagt dat we als overheid, ondernemers en inwoners samenwerken. De sector heeft in de afgelopen jaren een groei doorgemaakt die vragen oproept over kansen en uitdagingen voor onze gemeente. In de Strategienota 2030 van de gemeente Emmen wordt de sector als een belangrijke pijler en unique selling point van onze gemeente gezien. De sector recreatie en toerisme kan eraan bijdragen dat de regio Emmen aantrekkelijk is voor inwoners, ondernemers en bezoekers. Aanleiding voor ons om samen met stakeholders te werken aan een waardevolle sector en koers uit te zetten voor de komende jaren.

1.2 Totstandkoming beleidskader

We kunnen als gemeente Emmen niet alleen werken aan een gezonde vrijetijdseconomie. We moeten dat doen met onze ondernemers en andere betrokkenen binnen de gemeente. Daarom hebben we op meerdere manieren stakeholders betrokken in de totstandkoming van dit beleidskader.

De volgende stakeholders zijn betrokken:

- Er is een klankbordgroep samengesteld met vertegenwoordigers uit de sector die we gedurende het proces een aantal keren hebben geconsulteerd.
- Er is een denktank innovatie samengesteld met personen die werkzaam zijn in, of een band hebben met de regio Emmen. Deze denktank innovatie heeft ons voorzien van relevante input rondom trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op de recreatief-toeristische sector in Emmen.
- Er is een enquête opgesteld voor ondernemers, erfgoedpartijen en studenten waarin we hebben gevraagd hoe zij kijken naar de ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie en de kansen voor Emmen.
- De gemeenteraad is gedurende het proces geïnformeerd en is om input en reactie gevraagd.

1.3 Relatie voorgaand beleidskader

Het voorgaande beleidskader vrijetijdseconomie liep van 2017 tot 2021, waarbij we werkten aan 'een grote diversiteit aan belevenissen van hoge kwaliteit voor meerdaags plezier'. In de afgelopen jaren zijn daarin al mooie stappen gezet. Zo hebben we een regeling 'stimuleren vrijetijdseconomie' opgesteld voor recreatieondernemers en andere initiatiefnemers in de sector. De sector is hard getroffen door de coronamaatregelen. We willen blijven investeren in de toekomst door ondernemers in de recreatiesector te stimuleren goede ideeën te ontwikkelen om hun aanbod of product nog beter te maken. Met deze regeling geven we ze een steuntje in de rug en maken we samen onze gemeente aantrekkelijker voor inwoners en toeristen. Er is een toename aan samenwerking tussen ondernemers en kennisinstellingen, gericht op het profiteren van elkaars kennis, kunde en kwaliteit binnen en buiten de landsgrenzen.



Er is op verschillende manieren gewerkt aan professionalisering en innovatie in de sector. Ter illustratie realiseerde NHL Stenden Hogeschool een proof of concept Augmented Reality voor het Van Gogh Huis. Ook zijn er voor de ondernemers gastvrijheidstrajecten verzorgd en cursussen aangeboden op het gebied van social media en digitalisering.

Via Europese subsidies is en wordt gewerkt aan tweetaligheid, audiogidsen en uitbreiding van tentoonstellingen voor onder andere het Veenpark, het Van Gogh Huis, het SmalSpoormuseum, Museum Collectie Brands en het Veenloopmuseum. Maar ook diverse ondernemers maakte gebruik van Europese subsidiemogelijkheden. Er is een Masterplan Veenpark opgeleverd, waarmee het behoud en verdere doorontwikkeling van het Veenpark wordt beoogd met als uiteindelijke doel om door te groeien naar een museum van provinciaal belang.

Daarnaast wordt gewerkt aan de doorontwikkeling en professionalisering van het Van Gogh Huis. Het Toeristisch Platform is breder georganiseerd waardoor het platform effectiever kan opereren. Er zijn fiets- en wandelpaden aangelegd in het Bargerveen, fietsknooppunten zijn geactualiseerd en in het kader van de centrumvernieuwing zijn er wandelboulevards en een bewegwijzeringssysteem gerealiseerd. Ondernemers organiseren in toenemende mate culturele activiteiten in het Rensenpark. Er is een nieuw evenementenbeleid opgeleverd en er is een nota verblijfsrecreatie vastgesteld, toegerust op de omgevingswet, die richting geeft aan de ambities van de gemeente en die duidelijkheid geeft aan de ondernemers bij (nieuwe) initiatieven in de verblijfsrecreatieve sector.

Al met al een mooie basis waar we in de gemeente, samen met de sector, op voort kunnen bouwen.

1.4 Opzet beleidskader

Dit beleidskader is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 gaat in op de ambities die we als gemeente hebben op het gebied van de vrijetijdseconomie. In hoofdstuk 3 schetsen we de regionale en lokale context waarbinnen we aan de slag gaan.

Op basis van deskstudie en gesprekken hebben we een analyse gemaakt van de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen. Deze analyse staat in hoofdstuk 4. In hoofdstuk 5 hebben we deze vertaald naar een aantal speerpunten van beleid. In hoofdstuk 6 werken we deze tenslotte uit in een programma met concrete acties.



Hoofdstuk 2

Waar we aan gaan werken

De vrijetijdseconomie is belangrijk voor ons als gemeente. Recreatie en toerisme leveren een belangrijke bijdrage aan het welzijn en de welvaart van inwoners, ondernemers en bezoekers. De komende jaren blijven we samen met betrokkenen investeren in de sector.

2.1 Onze visie

In het vorige beleidskader wilden we werken aan 'een grote diversiteit aan belevenissen van hoge kwaliteit voor meerdaags plezier'.

Deze ambitie willen we voortzetten. We zetten daarbij in op:

- Het profiel: een herkenbaar toeristisch profiel
- Het product: een eigentijds en wendbaar aanbod
- De partijen: samenwerken aan complexe opgaven
- De promotie: strategische marktbenadering,

Door op basis van het toeristisch profiel (waarin we zorgen voor herkenbaarheid van Emmen als bestemming) passende producten te ontwikkelen en deze gezamenlijk onder de aandacht te brengen van de consument, zorgen we voor meer richting en samenhang. Samenwerking is daarbij cruciaal.

In dit beleidskader is toerisme geen doel op zich, maar een middel om bij te dragen aan het oplossen van grotere maatschappelijke vraagstukken die invloed hebben op onze welvaart en ons welzijn, zoals het creëren van werkgelegenheid, verzorgen van inkomsten voor ondernemers, het in stand houden van voorzieningen en het creëren van een aantrekkelijke woonomgeving.

2.2 Waardevol toerisme

De gemeente Emmen wil met dit beleidskader waarde toevoegen, niet alleen voor bezoekers, maar ook voor ondernemers en inwoners.

Waardevol voor bezoekers

Emmen wil bezoekers een bijzondere, waardevolle ervaring bieden. We willen zorgen voor een kwalitatief hoogwaardig aanbod, met aandacht voor onze verhalen. We willen niet alleen nu aantrekkelijk zijn voor bezoekers, maar ook in de toekomst. Daarom besteden we in dit beleidskader ook aandacht aan innovatie om op trends in te kunnen springen.

Waardevol voor ondernemers

We willen ondernemers kansen bieden om producten en belevenissen met een hoge kwaliteit te ontwikkelen en zo hun verdienpotentie op peil te houden of te vergroten. Dit doen we door ondernemers te faciliteren en te inspireren en door mogelijkheden te bieden om op innovatieve wijze in te springen op veranderende wensen van gasten en opgaven vanuit de samenleving.

Waardevol voor inwoners

We willen de kwaliteit van onze woon- en leefomgeving voor onze eigen inwoners versterken aan de hand van de vrijetijdseconomie. Ontwikkelingen die we gezamenlijk als sector inzetten dragen bij aan het voorzieningenniveau waar inwoners gebruik van kunnen maken, denk daarbij aan horeca, supermarkten en winkelaanbod, maar ook aan routenetwerken (voor onder meer fietsen en wandelen). We willen de betrokkenheid en trots van onze inwoners vergroten, zij zijn immers de eerste ambassadeurs van Emmen. Bovendien zijn veel van onze inwoners werkzaam in de recreatief-toeristische sector.



Middel om welvaart en welzijn te vergroten

De vrijetijdsector levert een belangrijke bijdrage aan de economie van Emmen. 6,3 procent van het banenaanbod in Emmen was in 2019 gerelateerd aan deze sector. En de bestedingen van bezoekers in Emmen bedroegen 179 miljoen euro.

Daarnaast verhoogt het de leefbaarheid van onze leefomgeving. Denk aan de fiets- en wandelroutes, evenementen, culturele voorzieningen en de aanwezige natuur. Zowel economische als maatschappelijk draag dit bij aan de welvaart en het welzijn van onze inwoners en ondernemers.

2.3 Belangrijke uitgangspunten

We sluiten hiermee naadloos aan op de landelijke en provinciale gedachte van 'waardevol toerisme' (zie hoofdstuk 3). We blijven ook in de uitvoering van dit beleidskader de samenwerking met onze partners in Drenthe zoeken. Om de ambities te realiseren moeten de volgende uitgangspunten op orde zijn:

Voortborduren op wat er al is

We beginnen niet bij nul en de afgelopen periode is een aantal ontwikkelingen in gang gezet, zoals beschreven in paragraaf 1.3. Op die basis willen we de komende jaren voortborduren. Dat betekent ook dat bestaande investeringen in voorzieningen niet teniet moeten worden gedaan.

Gevolgen corona

De exacte gevolgen van de coronacrisis zijn op het moment van schrijven nog niet te overzien. Landelijke verwachtingen laten zien dat de investeringskracht van een deel van de bedrijven terugloopt. Dat kan gevolgen hebben voor de kwaliteit van het aanbod op (middel) lange termijn. Daar moeten we oog voor hebben. Daarom is investeren in de sector juist nu zo ontzettend belangrijk.

Heldere rolverdeling

We willen als gemeente faciliteren, stimuleren en ervoor zorgen dat de basisinfrastructuur op orde is. Ondernemers moeten daar vervolgens zelf voorzieningen aan toevoegen, zodat een aantrekkelijk toeristisch totaalproduct ontstaat. We gaan niet op de stoel van de ondernemer zitten. Wel denken wij graag mee met initiatiefnemers. En waar mogelijk en gewenst proberen we partijen en middelen aan elkaar te verbinden. Daarmee vormen wij een belangrijke schakel in het realiseren van een sector van betekenis.

Duurzaamheid als uitgangspunt bij ontwikkelingen

Bij het realiseren van nieuwe initiatieven op het gebied van recreatie en toerisme nemen we duurzaamheid als belangrijk uitgangspunt mee. Dat betekent dat initiatiefnemers die bij ons aankloppen moeten aangeven op welke wijze ze hier aandacht voor hebben.

Open staan voor initiatieven vanuit de samenleving

De recreatief-toeristische sector staat niet op zichzelf, maar is een belangrijk onderdeel van de Emmense samenleving. Ondernemers bieden producten en belevingen aan die ook aantrekkelijk zijn voor de inwoners van onze gemeente en anderzijds kunnen er ook vanuit de Emmense gemeenschap initiatieven naar voren komen op het gebied van de vrijetijdseconomie die de leefbaarheid versterken. We staan daar als gemeente nadrukkelijk voor open.



Hoofdstuk 3

De context

De vrijetijdseconomie in de gemeente Emmen staat niet op zichzelf, maar opereert binnen een bredere context. Die schetsen we in dit hoofdstuk.

3.1 De landelijke en regionale context

De vrijetijdsector is volop in beweging. De afgelopen jaren groeide het inkomend toerisme met gemiddeld 5 procent per jaar en het binnenlands toerisme met 2 procent per jaar. Richting 2030 werd een groei voorspeld van met name buitenlandse gasten. De ontwikkelingen rondom COVID-19 hebben die voorspelling flink verstoord. In de gehele wereld is de toeristische sector hard geraakt als één van de sectoren die als eerste op slot ging en als één van de laatste ook weer open mocht. Het binnenlands toerisme heeft echter voor veel bestemmingen, waaronder ook Drenthe, voor nieuwe kansen gezorgd. De behoefte aan ontsnappen aan de drukte heeft ertoe geleid dat veel Nederlanders Drenthe hebben gekozen als bestemming. Een kans om deze bezoekers, die onze provincie en de regio Emmen hebben (her)ontdekt, te blijven enthousiasmeren voor een bezoek.

Waardevol toerisme

In 2018 bracht het Nationaal Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) het Perspectief 2030 bestemming Nederland uit. In deze visie op de bestemming Nederland staat het welzijn en de welvaart van alle Nederlanders voorop. Met veel aandacht voor inwoners van de bestemmingen. Met de groei van toerisme in het vooruitzicht sorteerde dit perspectief voor op hoe de druk zou kunnen worden verdeeld. Daarnaast heeft het perspectief veel aandacht voor toerisme als middel en niet als doel op zich. Hiermee wordt bedoeld dat er wordt gekeken naar toerisme als een sector die een bijdrage kan leveren aan maatschappelijke vraagstukken die spelen zoals werkgelegenheid en

een divers banenaanbod en het in stand houden van voorzieningen. Zo kan de vrijetijdsector een bijdrage leveren aan brede welvaart binnen de gemeente.

De provincie Drenthe

De vrijetijdseconomie is van groot economisch belang voor de provincie Drenthe. Naast werkgelegenheid heeft het een positief effect op de leefbaarheid van het platteland. De provincie heeft vanuit het programma vrijetijdseconomie en fietsen in de periode 2016 – 2019, 17 miljoen euro geïnvesteerd in verschillende aandachtsgebieden:

- Betere routenetwerken voor fietsen en wandelen: werken aan een 5-sterrennetwerk voor fietsers en een basisnetwerk van wandelpaden.
- Betere zichtbaarheid: zichtbaarheid van Drenthe als oerprovincie van Nederland optimaliseren met inzet van o.a. evenementen, media-aandacht en marketing.
- Ruimte voor ondernemerschap: ondernemers de ruimte bieden om te ondernemen en ondersteunen bij het aantrekkelijk maken en houden van bedrijven in de vrijetijdsector.

Daarnaast hebben diverse partijen (zoals Marketing Drenthe, het Recreatieschap Drenthe, de provincie Drenthe, gemeenten en ondernemers) gewerkt aan de totstandkoming van Perspectief op bestemming Drenthe 2030. Hierin heeft Drenthe gekeken wat de landelijke discussie rondom 'waardevol toerisme' voor Drenthe betekent. Passend bij dit landelijke perspectief en de Drentse ontwikkelingen is er gekozen om in te zetten op waardevol toerisme met drie ambities:

- Trots en respect voor onze eigen cultuur en identiteit versterken én uitdragen.
- Natuurlijke waarden optimaal inzetten en Drenthe profileren als dé Oerprovincie.
- Een aantrekkelijke bestemming creëren voor Drenten, young professionals en pionierende gezinnen.



3.2 De gemeentelijke context

De vrijetijdseconomie heeft vele raakvlakken met andere gemeentelijke beleidsterreinen en waar nodig gaan we op zoek naar de samenwerking, integratie en versterking. Twee beleidsnota's halen we hier specifiek aan, omdat deze een directe relatie hebben met de vrijetijdseconomie:

Cultuurnota Emmen – De waarde van cultuur 2022-2024

Culturele voorzieningen maken een belangrijk onderdeel uit van het dagrecreatieve aanbod van Emmen. Denk aan de musea, maar bijvoorbeeld ook aan het Atlas theater. Kunst en cultuur zijn overal om ons heen en binnen de gemeente Emmen proberen we kunst en cultuur te stimuleren en ondersteunen. Er is een sterk raakvlak met de vrijetijdseconomie. Een aantrekkelijke culturele programmering met onder andere een museaal- en evenementenaanbod zorgt voor een divers aanbod. Zowel voor de eigen inwoners van onze gemeente als ook voor de bezoekers van de regio Emmen. In de cultuurnota is onder andere aandacht voor de ontwikkeling van het Rensenpark, Museum Collectie Brands, de ambities rondom het Veenpark, het Van Gogh Huis en de Broken Circle / Spiral Hill.

Kadernota sportief bewegen 2017-2030

In de kadernota sportief bewegen willen we als gemeente Emmen, stap voor stap, een gezonde en sportieve gemeente worden. Recreatieve en toeristische mogelijkheden leveren hier een bijdrage aan (wandelen, fietsen, sporten etc.). In de kadernota wordt onder andere de kansrijkheid van (top)sport evenementen benoemd. Deze evenementen hebben niet alleen een promotionele betekenis maar kunnen ook zorgen voor sociale cohesie, hebben economische betekenis en kunnen bijdragen aan gezondheid. Er ligt een uitdaging voor een maatschappelijk verdienmodel waarbij

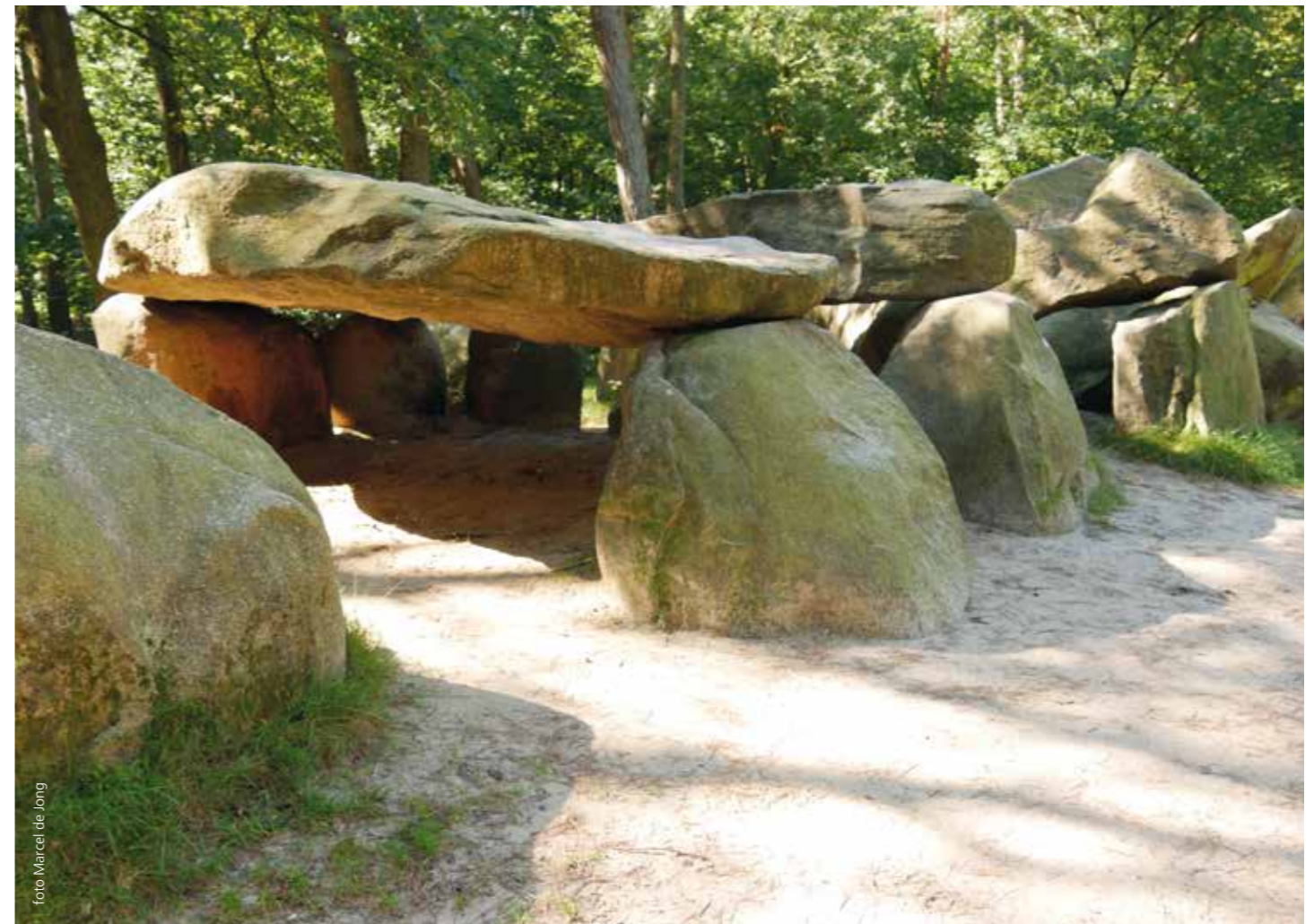
kosten en baten op langere termijn (voor inwoners en bezoekers) meer in balans zijn, bijvoorbeeld door de inzet van side-events.

Overig beleid

We zijn met deze twee nota's uiteraard niet compleet en dat is ook niet onze intentie. Zo zijn er vele nota's geraadpleegd waaronder de nota verblijfsrecreatie, de erfgoednota, de programmadoelen Emmen Vernieuwt, het evenementenbeleid, het fietsplan en nog veel meer. De detailhandelstructuurvisie en de horecavisie zijn in wording. Waar relevant, zoeken we binnen en buiten het gemeentehuis over en weer de samenwerking op, om te kijken hoe de verschillende werkvelden elkaar kunnen versterken.



¹⁴ Monitor impact Corona, 7e meting 28 oktober 2020, Marketing Drenthe



Hoofdstuk 4 Analyse

Hoe staan recreatie en toerisme er in Emmen voor? Wat typeert de sector, waar liggen de kansen en opgaven? In dit hoofdstuk geven we een overzicht van een aantal belangrijke kenmerken van de vrijetijdsector in Emmen en worden enkele voor de sector belangrijke trends weergegeven. Dit resulteert uiteindelijk in een SWOT-analyse, die we in het volgende hoofdstuk vertalen naar speerpunten.

4.1 DNA en identiteit

Emmen is een veelzijdige gemeente met een groot aanbod aan dagrecreatie. Het DNA en de identiteit van de vrijetijdseconomie in Emmen is te omschrijven in drie kenmerkende thema's:

Het Drentse Veenland

Het Drentse Veenland beslaat een groot deel van het buitengebied van Emmen met vele dorpen. Er bevindt zich een vaarroute vanaf Nieuw-Amsterdam/Veenoord naar Ter Apel (de Veenvaart) die bezoekers meeneemt door acht gemoedelijke dorpen, waar de verhalen van het veen verteld worden. Vroeger heeft de turfwinning ervoor gezorgd dat hoogveen ontwaterd werd waardoor een uitgebreid wijk- en kanalenstelsel is ontstaan waarover de turf ook weer vervoerd kon worden. In het gebied staan 'bronnen van energie' centraal. Vroeger ging dat om veen en turf en later olie. Tegenwoordig gaat het ook om waterstof en energie-innovatie. In het Veenland is een aantal attracties waar kennis gemaakt kan worden met de rijke historie van het gebied. Zo kunnen bezoekers in een oude smalspoortrein stappen en de geschiedenis van de turfwinning van dichtbij bekijken in het Veenpark. In het Industrieel Smalspoor Museum leidt de trein bezoekers naar de turfstrooiselfabriek met losinstallatie. Het is de enige, in originele staat behouden, turfstrooiselfabriek van ons land.

Daarnaast hebben Museum Janning en Museum Collectie Brands interessante en omvangrijke collecties. Tot slot verbleef Vincent van Gogh een paar maanden in Drenthe. In het Van Gogh Huis, het enige voor publiek toegankelijke huis in Nederland waar Van Gogh woonde en werkte, kunnen bezoekers zien van waaruit Vincent van Gogh in 1883 zijn ontdekkingstochten door het veengebied maakte. Meer is te vinden op de belevingskaart; een onlangs gelanceerd product waarop routes, musea, attractieparken, wandel- en fietsroutes en cultureel erfgoed te vinden zijn. Het is geïllustreerd, waarbij ook de verhalen uit het gebied een plekje hebben op de kaart. De lokale partijen zijn voor de gemeente belangrijke gesprekspartners; enerzijds Erkende Overleg Partners en anderzijds handels- en winkeliersverenigingen die deze dorpen vertegenwoordigen.

Rijke natuur op de Hondsrug en het Bargerveen

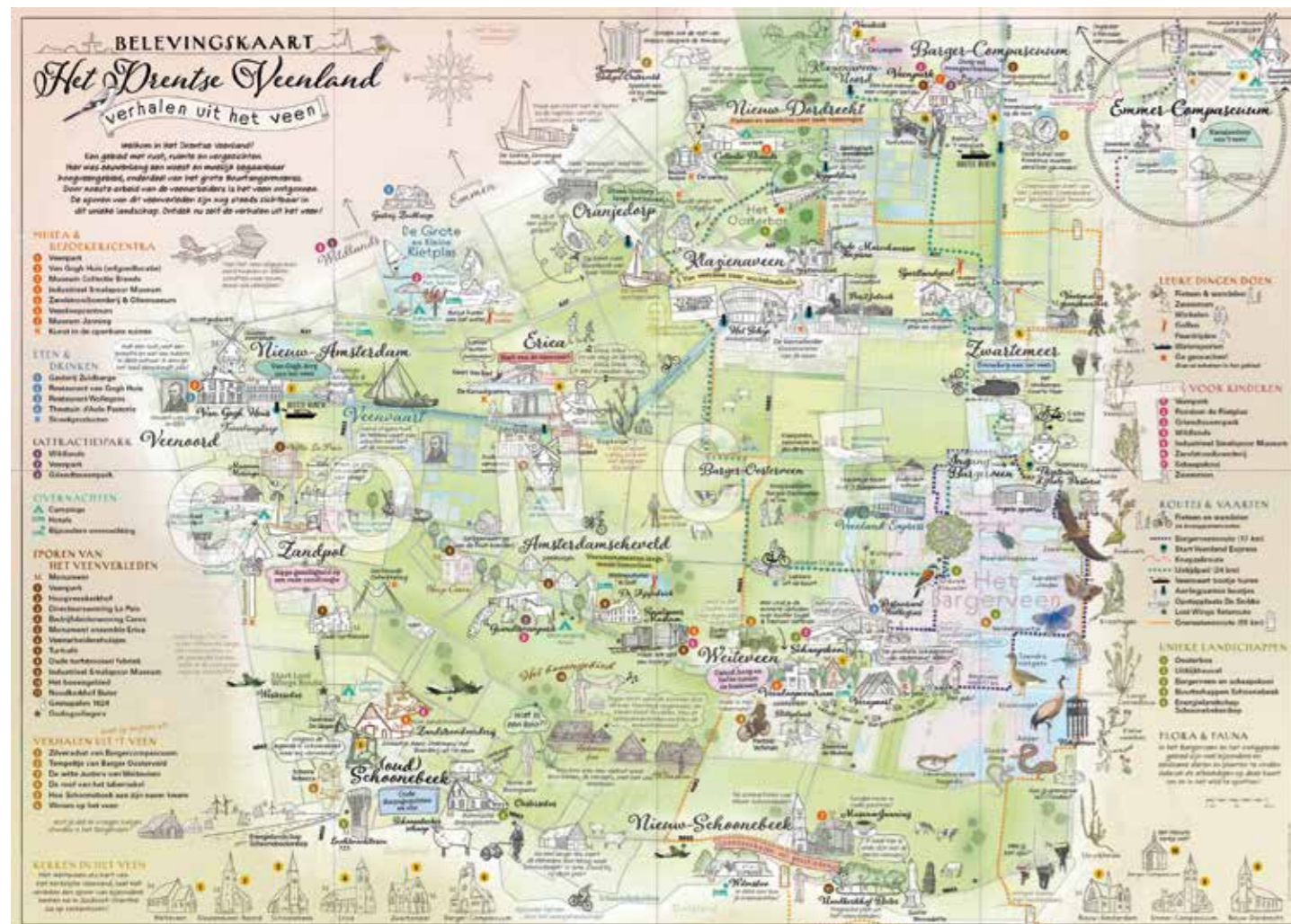
De gemeente Emmen kent een grote natuurlijke rijkdom en is een zeer groene gemeente; de stad Emmen kwam in een onderzoek uit 2020 (Arcadis) als groenste stad naar voren onder 20 onderzochte steden in Nederland, met veel buitenruimte om te spelen. Een groot deel van de gemeente valt binnen het UNESCO Global Geopark De Hondsrug, dat zich uitstrekt van Groningen tot Coevorden, met onder meer uitgestrekte bossen en bijzondere landschappen. De bossen van de gemeente Emmen bestaan uit de Emmerdennen, het Valtherbos, het Noordbargerbos en het Oosterbos. Hier bevinden zich verschillende hunebedden waar het trechterbekervolk hun doden in begroeven. Het unieke Natura 2000 gebied, het Bargerveen, maakt onderdeel uit van het internationale Natuurpark Moor-Veenland, met een enorme hoeveelheid aan vogelsoorten en een hoge mate van biodiversiteit.

Stedelijk Emmen

Het buitengebied is complementair aan de stedelijke dynamiek van Emmen. Emmen vervult een bovenregionale functie als winkelstad.

Figuur 4.1: de belevingskaart van het Drentse Veenland

De belevingskaart laat zien dat het Veenland een groot deel van het buitengebied van Emmen betreft; de bezoeker kan hierop de verhalen en de bijbehorende toeristische voorzieningen vinden. NB de daadwerkelijke uitgave is uiteraard veel groter dan hier weergegeven.



Het biedt shoppers het grootste overdekte winkelcentrum van Noord-Nederland met een aanzienlijk aanbod aan winkels en meerdere winkelgebieden met ieder een eigen karakter. Bezoekers vinden er de grote winkelketens, maar ook lokale ondernemers en terrassen om te genieten van een kop koffie of een lekkere maaltijd. Ook vindt de grootste warenmarkt van Noord Nederland iedere vrijdag plaats in Emmen. Met het programma Emmen Centrum wordt ingezet op een gastvrij, levendig en toekomstgericht centrum van hoge kwaliteit waar het goed wonen, werken en recreëren is. In het centrum van Emmen is de grootste dagattractie van de provincie Drenthe te vinden, Wildlands Adventure Zoo Emmen. De dierentuin trekt bezoekers uit binnen- en buitenland en in 2019 bezochten 930.000 mensen de attractie. Daarmee is het de belangrijkste toeristische trekker van de gemeente.

In het centrum van Emmen bevindt zich ook het Rensenspark. Dit park is het voormalig Noorder Dierenpark dat eind 2015 is gesloten. Het Rensenspark is een unieke plek in Nederland. Naast dat het Rensenspark in gebruik is als stadspark, zijn er tal van initiatieven op het gebied van kunst en cultuur, maar ook horeca en maatschappelijke initiatieven. Het is een laagdrempelige creatieve hotspot met bovenregionale uitstraling, in een uniek groen stadspark met een bijzonder karakter en iconische gebouwen.

De gemeente Emmen heeft een groot en gevarieerd evenementenaanbod. Er worden jaarlijks meer dan 300 evenementen op 66 evenementenlocaties georganiseerd. Het overgrote deel betreft middelgrote evenementen. De evenementen brengen mensen samen van binnen en buiten de gemeentegrenzen. Ze zijn een extra reden voor Emmenaren om trots te zijn op hun gemeente. Daarnaast maken ze de gemeente extra aantrekkelijk voor toerisme en cultuurbeleving. Ook het grote aanbod sportevenementen levert een positieve bijdrage aan het stimuleren van sport en bewegen voor de inwoners van de gemeente.

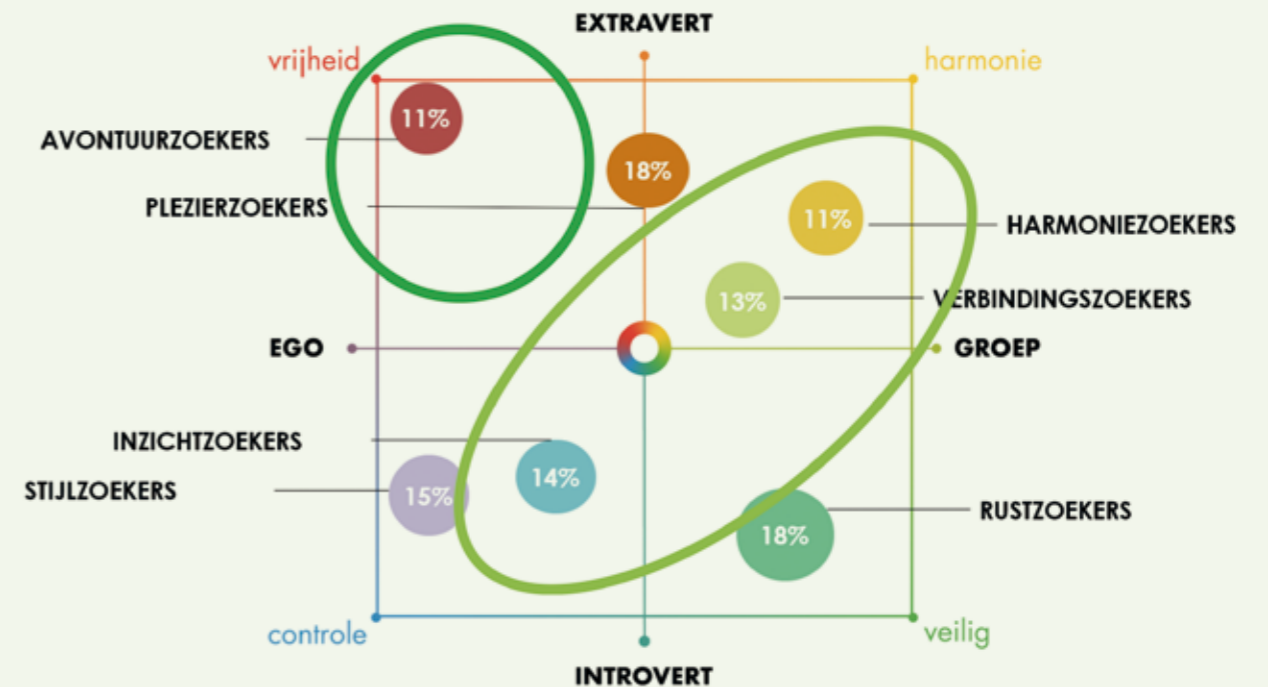
4.3 Doelgroepen

Een gangbare manier om naar toeristisch aanbod te kijken en deze te relateren aan doelgroepen, is door gebruik te maken van de zogenaamde Leefstijlvinder (zie www.leefstijlvinder.nl). Het is een doelgroepsegmentatie die vooral kijkt naar de gewenste toeristische beleving aan de hand van karakterkenmerken en achterliggende waarden van consumenten. In onze nota verblijfsrecreatie (2021) hebben we aangegeven initiatieven toe te juichen die een duidelijke meerwaarde in de markt hebben. We verbreden dit graag naar de gehele vrijetijdssector, zodat een samenhangend en uitnodigend aanbod ontstaat.

De gemeente haakt bij haar keuze voor doelgroepen aan op de gekozen lijn vanuit het Perspectief op bestemming Drenthe. De toeristische doelgroepen van 2030 die bij de bestemming Drenthe passen zijn in leefstijltermen: harmonie-, inzicht- en verbindingszoekers. Zij worden vooral aangetrokken door de natuurlijke en culturele kernwaarden van Drenthe: oorspronkelijk, ongedwongen, robuust en ook door de aspiratiewaarden hartelijk en doordacht. Nieuw is dat Drenthe zich in 2030 op enkele plekken richt op avontuurzoekers die houden van verrassingen en ontdekkingen.

De gemeente wil er enerzijds voor zorgen dat de positie voor de bestaande doelgroepen (harmonie-, inzicht- en verbindingszoekers) wordt verstevigd, en staat daarnaast nadrukkelijk open voor initiatieven die zich richten op de avontuurzoekers.

Omdat er nog geen actueel inzicht is van de aantrekkingskracht van het bestaande dagrecreatieve aanbod op de verschillende leefstijlgroepen en wat er dus voor nodig is om de passende doelgroepen te bedienen, is het van belang hier nog inzicht in te krijgen via een onderzoek.



Figuur: Emmen staat nadrukkelijk open voor initiatieven die zich richten op de avontuurzoeker. Daarnaast wil de gemeente graag dat het aanbod voor inzicht-, harmonie- en verbindingszoekers wordt verstevigd.

4.2 Belangrijkste trends en ontwikkelingen

COVID-19

De coronacrisis heeft een enorme impact op de vrijetijdseconomie. Het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) verwacht herstel in 2024. De afgelopen periode was te zien dat Nederlanders met name binnen Nederland op vakantie gingen en minder naar het buitenland. Dit heeft ook geleid tot minder buitenlandse bezoekers aan Nederland. Ook heeft de coronacrisis effect gehad op het bezoek aan de natuur. Rust en ruimte zijn belangrijker geworden bij de keuze voor een bestemming. Genieten van het landschap, kleinschaligheid, authenticiteit en betekenisvolle bestemmingen hebben door corona meer aandacht gekregen. Hier heeft ook Drenthe van geprofiteerd, veel Nederlanders hebben de provincie (her)ontdekt als vakantiebestemming.

Innovatie en digitalisering vraagt om wendbaar te kunnen zijn

De vraag vanuit de markt verandert snel en onderscheidend vermogen wordt steeds belangrijker. Daarvoor is innovatie en het gebruik van technologie, passend bij de doelgroep, van belang. De impact van technologische ontwikkelingen blijft naar verwachting de komende jaren onverminderd groot. Ontwikkelingen en nieuwe toepassingen zoals apps, volgen elkaar in hoog tempo op. Bezoekers raken hieraan gewend en dit betekent dat ze verwachten dat alle informatie snel en makkelijk voorhanden moet zijn. Ook verwacht de bezoeker door een individueler wordende samenleving steeds meer een op maat gemaakt (informatie)aanbod. Informatie die past bij zijn of haar gezinssituatie, groepssamenstelling of voorkeuren. Om die informatie op deze manier te kunnen aanbieden is er informatie (big data) nodig en vraagt dit ook van ondernemers om te blijven innoveren.

Augmented en virtual reality, waarbij er door middel van een scherm een virtuele laag over de werkelijkheid wordt gelegd, wordt in de vrijetijdseconomie op steeds meer plekken gemeengoed (bijvoorbeeld in musea, attractieparken en dierentuinen en in routes). Daarnaast neemt robotisering toe. Inchecken bij een hotel of vakantiepark zonder tussenkomst van een persoon maar door gebruik te maken van applicaties wordt naar verwachting vaker toegepast. Dit kan betekenen dat personeel op een andere manier dienstverlenend kan zijn naar de gast.

Back to basic en 'uit' kunnen staan

Waar aan de ene kant de snelheid van informatie en personalisatie van die informatie toeneemt, is er ook een tegenontwikkeling naar een eenvoudiger manier van leven. Consumenten kiezen vaker voor een bestemming van de gebaande paden af en willen even uit kunnen staan of opladen. Het 'uitstaan' en tijd hebben om tot rust te komen in deze hectische maatschappij wordt steeds belangrijker. Zonder smartphone, bereik of wifi met even echte aandacht voor elkaar. Er is een behoefte aan ruimte, groen en rust om te ontsnappen aan de hectischere levensstijl.

Maar bezoekers zijn ook steeds vaker op zoek naar vorm van zingeving of betekenis tijdens een vakantie. Iets kunnen leren of bijdragen aan de lokale omgeving wordt belangrijker naast die authentieke beleving. Vrije tijd wordt vaker ingezet om betekenis te hebben, te leren en aan zelfontwikkeling te doen.

Duurzaamheid wordt gewoon

Consumenten zijn zich meer bewust van hun consumptie- en reisgedrag. Ze kiezen bewuster (duurzaam, puur en biologisch) en verwachten dat bedrijven daarin meegaan. Een trend die door het coronavirus mogelijk verder versterkt wordt, door het toegenomen omgevingsbewustzijn. Dat beïnvloedt ook de vakantiemarkt: de aantrekkelijkheid van vliegen verandert (vliedschaamte) waardoor mensen

hun vakantiegedrag aanpassen en dichterbij op vakantie gaan (eigen land herontdekken), nieuwe vakantie woningen worden steeds vaker van duurzame materialen gemaakt en bedrijven nemen maatregelen om het energieverbruik laag te houden. Duurzaamheid en klimaatneutrale aanpassingen worden steeds meer als gewoon (hygiënefactoren) gezien door consumenten. Daarnaast veranderen door elektrificatie ook de mobiliteitsvoorkeuren van consumenten. Zo neemt het gebruik van e-bikes de afgelopen jaren een vlucht. Door e-bikes is het mogelijk om grotere afstanden af te leggen en wordt er sneller gereden op fietspaden. Ook zal naar verwachting het bezit van elektrische auto's richting 2030 ongeveer 25 á 30 procent van het totaal aantal auto's zijn. De actieradius van de huidige generatie elektrische auto's is nog beperkt en dit heeft zijn weerslag op de keuze voor de vakantiebestemming. De actieradius is wel snel groeiende.

Voorkeuren van bezoekers veranderen

De schaarse beschikbare vrije tijd van consumenten wordt op steeds meer diverse manieren ingevuld en dit zorgt ervoor dat consumenten hogere eisen stellen aan het invullen van die beschikbare vrije tijd. Het product moet op orde zijn, de kwaliteit moet hoog zijn en de service ook. Ook is de verwachting dat Nederlanders vaker op kortere vakantie zullen gaan.

Ook het belang van spullen bezitten neemt af; in de deeleconomie verhuren we onze bezittingen, lenen we een auto als dat nodig is, en verhuren we onze huizen als vakantie woning als we er zelf niet zijn, bijvoorbeeld via Airbnb.

Een andere ontwikkeling die vaker wordt gezien is het blenden van functies, waarbij één plek verschillende functies krijgt. Zo worden lobby's van hotels ingericht als ontmoetingsruimte waar inwoners en bezoekers elkaar ontmoeten, samen eten en drinken en de ruimte een echte sociale functie krijgt.

Netwerksamenleving

Waar consumenten zich steeds meer verenigen rondom bepaalde thema's, niches of interesses en hierbij worden geholpen door de digitale mogelijkheden, gebeurt dit ook meer bij overheden en ondernemers. Er wordt vaker gedacht in netwerken. Overheid, ondernemers en onderwijs trekken hierin nauw met elkaar op door kennis te delen of nieuwe samenwerkingen aan te gaan waardoor er synergie kan worden behaald.

4.3 SWOT-analyse

In de SWOT-analyse worden de sterke en zwakke punten van de vrijetijdseconomie in de gemeente Emmen weergegeven. Daarnaast geeft de SWOT-analyse een overzicht van de kansen en bedreigingen uit een externe analyse.

Sterke punten

- **S1 De gemeente Emmen heeft een rijk aanbod aan dagrecreatie**
Voorbeelden zijn Wildlands (de best bezochte attractie in de provincie in 2019 met 930.000 bezoekers, een landelijke trekker), het Industrieel Smalpoormuseum, Museum Collectie Brands, het Veenpark, het Van Gogh huis en de warenmarkt. Dat leidt al met al tot de hoogste toeristische bestedingen, vooral in de dagrecreatie, van de hele provincie Drenthe.
- **S2 Uniek, gevarieerd landschap met groene stad**
Emmen biedt een uniek Natura 2000 hoogveengebied (Bargerveen) binnen de gemeentegrenzen. Daarnaast is er het UNESCO Global Geopark De Hondsrug en de veenvaart. De stad Emmen werd in een onderzoek in 2020 benoemd als groenste grote stad van Nederland met 2600 hectare openbaar groen en

1500 speelmogelijkheden. Het Renssenpark (het oude dierenpark) is daarbij een potentiële culturele hotspot en met de onlangs gerealiseerde stadsboerderij 't Nije Hoff worden stad en omgeving op eigentijdse wijze aan elkaar verbonden.

- **S3 Emmen winkel- en evenementenstad**
Emmen heeft een imago als winkelstad en vervult hierin een bovenregionale functie. Met het programma 'Emmen Vernieuwt' is er veel aandacht voor synergie tussen verschillende fysieke aanpassingen voor verbeteringen in het centrum (o.a. bereikbaarheid, centrum en Renssenpark). Daarnaast worden er in de gemeente meer dan 300 evenementen op 66 evenementenlocaties georganiseerd, waarvan een groot gedeelte in de stad.
- **S4 Emmen heeft bijzonder cultuur(historisch) aanbod**
Er ligt bijzonder cultuurhistorisch aanbod met bijzondere verhalen in de gemeente Emmen, met onder meer het Veenpark, Van Gogh Huis, de Nabershof, Broken Circle / Spiral Hill en het Renssenpark.
- **S5 Sterke toeristisch samenwerking**
De gemeente Emmen werkt al op veel vlakken samen met anderen in de regio: Emmen participeert in het Recreatieschap Drenthe, werkt samen met de BOCE-gemeenten in Zuidoost Drenthe, er wordt grensoverschrijdend met Duitsland samengewerkt en op Hondsrugniveau en met de Regiodeal¹. Dat biedt een belangrijke basis om gezamenlijke opgaven gezamenlijk op te pakken.
- **S6 Toeristische opleidingsinstituten in de gemeente**
Met toeristische opleidingen aan de NHL Stenden Hogeschool en het Drenthe college, die met andere

¹ Grensoverschrijdend wordt rond het Natuurpark Moor Veenland samengewerkt met Landkreis Emsland, provincie Drenthe, Graftschaft Bentheim, de gemeenten Twist, Geeste, Wietmarschen, Stadt Meppen en Stadt Haren. Op Hondsrugniveau met gemeenten Coevorden, Borger-Odoorn, Aa en Hunze en Tynaarlo. In de Regiodeal werken we samen met een aantal Drentse en Overijsselse gemeenten.

partijen ook grensoverschrijdend samenwerken in het Rijnland Instituut², hebben we een belangrijke bron van kennis en opleiding van de medewerkers en ondernemers van de toekomst in onze gemeente.

Zwakke punten

• Z1 Beleving in Emmen centrum onder druk

Door verouderd winkelvastgoed, lege winkelpassages en de uitstraling van de open ruimte heeft de beleving in het centrum van Emmen lang onder druk gestaan. Sinds 2007 wordt er gewerkt aan een integrale gebiedsontwikkeling voor het centrum van Emmen en wordt er regelmatig verbouwd. Emmen heeft daarbij minder vierkante meters horeca dan op basis van het inwonertal te verwachten is. Het aanbod is voornamelijk op het lagere en middensegment gericht. De aantrekkingskracht van het centrum blijft daarmee aandacht vragen.

• Z2 Versnippering van promotie, marketing en informatievoorziening

Regiomarketing staat door bezuinigingen momenteel op een lager pitje en zal zich in de toekomst verder ontwikkelen. Hierbij zijn ontwikkelingen als de Regiocampus en de Universiteit van het Noorden van belang. Toch zijn er op dit moment vele organisaties betrokken bij toeristische promotie van Emmen en de informatievoorziening. Dat zorgt voor versnippering.

• Z3 Hiaten in het aanbod.

Emmen wordt qua verblijfsrecreatie gekenmerkt door veel kleinschalig aanbod (zoals B&B's). In een snel veranderende sector beschikken deze ondernemers niet altijd over de juiste kennis en kunde of tijd om hiermee tijdig op trends en ontwikkelingen in te kunnen spelen. Daarnaast lijkt het aanbod aan verblijfsrecreatie veel op elkaar en is het weinig onderscheidend. Qua dagrecreatie en horeca is niet

overall in de gemeente aanbod aanwezig, met name buiten het centrum van Emmen en in de dorpen.

• Z4 Beleid en ondernemers nog niet voldoende wendbaar om in te spelen op trends

In het oude beleidskader wordt momenteel nog te weinig rekening gehouden met de snel veranderende trends en ontwikkelingen. Ook voor veel ondernemers is het lastig om op alle grote veranderingen in de sector en de maatschappij in te spelen.

• Z5 Matige bereikbaarheid met het OV

De bereikbaarheid van Emmen via het openbaar vervoer is beperkt. De gemeente beschikt weliswaar over twee treinstations met verbinding richting Zwolle, maar de verbinding met de rest van Drenthe en Groningen is er niet via het spoor. In het buitengebied zijn de busverbindingen naar toeristisch aantrekkelijke locaties beperkt.

Kansen

• K1 Aandacht voor duurzaamheid

Aandacht voor duurzaamheid, klimaatadaptatie en bewust leven neemt toe, zowel in het gemeentelijke (economische) beleid als bij bezoekers. Elektrificatie van het vervoer (auto's en fietsen) neemt snel toe.

• K2 Herwaardering eigen land en rust en ruimte door COVID-19

Door COVID-19 zagen met name horeca, groepsaccommodaties, dagrecreatie en musea hun omzetten dalen. Campings en bungalowparken hebben kunnen profiteren door met name Nederlanders die in eigen land bleven en op zoek waren naar ruimte. Veel Nederlanders hebben Drenthe (her)ontdekt als vakantiebestemming. Er is een toenemende interesse in natuur en natuurgebieden (om te wandelen, fietsen, sporten e.d.). Dit was vóór

de coronapandemie al het geval, maar COVID-19 heeft hier nog een boost aan gegeven.

• K3 Aandacht voor waardevol toerisme

Er is een verschuiving gaande van een puur economische naar een meer maatschappelijke benadering van de toeristische sector. De vrijetijdssector (verblijfsrecreatie, dagrecreatie en evenementen) kan worden ingezet om de leefbaarheid (o.a. in de kernen) te vergoten en bijvoorbeeld het voorzieningenniveau te stimuleren, denk aan winkels, recreatieve infrastructuur (wandelen en fietsen) en saamhorigheid.

• K4 Toename buitenlands toerisme (post COVID)

Het inkomend toerisme zat (pré COVID-19) in een stijgende lijn. COVID-19 heeft voor een tijdelijke daling gezorgd, maar herstel wordt verwacht vanaf 2022. Duitsland is de grootste herkomstmarkt qua bezoek aan Nederland. De ligging van Emmen ten opzichte van Duitsland met een groot potentieel verzorgingsgebied is zeer gunstig. Dit is ook interessant voor het centrum en de detailhandel. Daarnaast is er potentie voor internationale samenwerking.

• K5 Betekenisvol toerisme

Voor een groeiende groep toeristen neemt het belang van betekenisvol reizen toe. Centraal in deze ontwikkeling staat dat ervaringen zowel de reiziger als de bestemming ten goede komen en dat de lokale gemeenschap profiteert van recreatie en toerisme.

• K6 Technologische ontwikkelingen

De ontwikkelingen in technologie gaan snel en maken het mogelijk een passender individueel aanbod samen te stellen voor bezoekers. Door onder andere de inzet van big data, virtual en augmented reality en robotisering.

• K7 Storytelling

Storytelling is het toepassen van verhalen om mensen meer betrokken te maken bij een product of gebied.

Het zorgt ervoor dat er een intensere ervaring ontstaat en een emotionele band wordt ontwikkeld. Potentiële 'ingrediënten' voor storytelling in Emmen: Het Rensenpark (voorganger van Wildlands), Van Gogh, Veenwinning (veenvaart, Veenpark, hoogveen in het Bargerveen), 'Bronnen van energie' (oude en nieuwe vormen van energie) en de naoorlogse woonwijken en de industrie³.

Bedreigingen

• B1 Krapte op de arbeidsmarkt

De steeds flexibeler wordende arbeidsmarkt zorgt voor een veranderende vraag naar medewerkers, terwijl er tegelijkertijd sprake is van een krapte op de arbeidsmarkt, die zich nu al zeer dringend uit. De nieuwe groep meer onafhankelijke werknemers stelt ook andere eisen aan het werk. Zo wordt de balans tussen werk en privé flexibeler ingedeeld.

• B2 Grote veranderingen vragen om grote keuzes

De trends die we beschreven in paragraaf 4.3 zijn van grote invloed op de sector en vragen om keuzes te maken; het is voor een sector die sterk afhankelijk is van relatief kleine spelers (familiebedrijven, MKB) lastig om op al die trends in te kunnen spelen.

• B3 Winkelbestedingen lopen terug

De bestedingen in fysieke winkels lopen terug, mede door de opkomst van online winkelen. De leefbaarheid komt onder druk te staan doordat (onder andere) digitalisering zorgt voor een andere invulling van de detailhandel.

• B4 COVID-19 brengt onzekerheid met zich mee

De verwachting is dat door onder andere de inzet van vaccins, de reiswereld in 2024 weer op het niveau van 2019 zal zijn. Heroplevingen van het virus zijn echter mogelijk en dat brengt onzekerheid met zich mee.

In hoofdstuk 5 vertalen we deze SWOT-analyse naar vier speerpunten.

³ Veel Emmense verhalen zijn ontsloten via www.hierkomjijweg.nl

² Het Rijnland Instituut is een samenwerkingsverband tussen NHL Stenden Hogeschool, Alfa-college, Drenthe College, Hochschule Osnabrück, Hanzehogeschool, Berufsbildende Schulen Lingen en Berufsschulzentrum am Westerberg. Het is een netwerk waarin kennis wordt ontwikkeld, gedeeld en toegepast door en voor het regionale beroepsonderwijs (hbo en mbo) en met partners in de beroepenvelden op het gebied van de Duits-Nederlandse internationalisering.

Hoofdstuk 5

Vier speerpunten van beleid

Om te werken aan een waardevol toerisme (en zo het welzijn en de welvaart van onze inwoners, ondernemers en bezoekers te stimuleren) is het van belang in te spelen op kansen. Bedreigingen weren we af door de sterke punten beter te benutten en de zwaktes te versterken.

5.1 Waardevol toerisme als uitgangspunt

We willen het landelijk gebied leefbaar houden en de leefbaarheid versterken en datzelfde geldt voor de stad Emmen, waar we met elkaar willen werken aan een aantrekkelijk stadscentrum, voor winkelen, horeca en natuurlijk als aantrekkelijk woongebied. We willen daarom inzetten op maatschappelijk waardevol toerisme, waarbij we kijken hoe toerisme kan bijdragen aan maatschappelijke opgaven als de instandhouding van voorzieningen en een aantrekkelijke woonomgeving. Dat betekent dat we enerzijds kansen willen benutten en anderzijds willen voorkomen dat de leefbaarheid wordt aangetast door een (te) hoge druk van toeristische bezoekers.

5.2 Vier speerpunten van beleid

Om te werken aan waardevol toerisme hebben we gekeken naar de trends en ontwikkelingen die zich voordoen en de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor onze gemeente. Deze hebben geleid tot speerpunten die zijn vertaald in concrete acties in de uitvoeringsagenda (zie hoofdstuk 6).

We willen komende periode werken aan de volgende vier speerpunten:

1. Profiel: het verhaal van Emmen sterker ontwikkelen
2. Product: het creëren van eigentijds en wendbaar aanbod
3. Partijen: het samenwerken aan complexe opgaven
4. Promotie: het vermarkten van de kracht van Emmen

We lichten ze hierna één voor één toe.

Speerpunt 1

Profiel: het verhaal van Emmen sterker ontwikkelen

De toeristische identiteit zoals we die beschreven in paragraaf 4.1 is kansrijk, vanwege de diversiteit in gebieden. Toch is dit nog onvoldoende eenduidig uitgewerkt en zichtbaar: we hebben nog geen helder 'toeristisch profiel' van onze gemeente. Wat is het verhaal van Emmen en de verschillende deelgebieden? Er zijn er velen. Maar hoe willen we dat Emmen in de mindset van de bezoeker bekend staat? Met een helder toeristisch profiel kunnen we beter zichtbaar maken waar we voor staan als gemeente. Dat biedt in alle fasen van de customer journey kansen om herkenbaarder en aantrekkelijker in beeld te komen. Met een scherpe profilering kunnen we onze bovengemeentelijke partners (zoals Marketing Drenthe) ook helpen om het beeld van Emmen scherper neer te zetten binnen de Drentse context. Dit biedt een belangrijke basis voor de productontwikkeling (speerpunt 2) en promotie en marketing (speerpunt 4).

Speerpunt 2

Product : het creëren van eigentijds en wendbaar aanbod

We mogen ons in Emmen verheugen op vele dagrecreatieve bezoekers. Tegelijkertijd zien we in de verblijfsrecreatie dat het aanbod nog weinig divers is en dat er in sommige delen van de gemeenten nog te



foto Marcel de Jong

weinig te beleven is of te weinig aanbod is dat past bij het toeristisch profiel van Emmen (zie 5.1). Een aantrekkelijk dag- en verblijfsrecreatief aanbod, inclusief aantrekkelijke routestructuren, zijn noodzakelijk om een aantrekkelijke bestemming voor de toerist te zijn én vergroot de leefbaarheid voor de inwoners. Dat vraagt om wendbaarheid, om op verschillende actuele trends in te spelen, zoals duurzaamheid en technologische ontwikkelingen.

We willen ondernemers in staat stellen om actief in te springen op trends qua innovatie, technologie en duurzaamheid en producten te ontwikkelen die passen bij het profiel van Emmen. De ondernemers zijn hiervoor zelf aan zet, maar waar ze op het gebied van kennis een steuntje in de rug kunnen gebruiken, willen we daar als gemeente een rol in vervullen. Qua routenetwerken willen we onder meer het wandelknooppuntennetwerk in de gemeente verder uitrollen en inspringen op de sterke opkomst van de elektrische fiets.

Speerpunt 3 **Partijen: het samenwerken aan innovatie en complexe opgaven**

Samenwerking is een randvoorwaarde voor succes. Daarom willen we samenwerking binnen de sector en daarbuiten faciliteren. Sommige opgaven zijn complexer en overstijgen de individuele ondernemer of soms ook de gemeentegrenzen. Voor dergelijke opgaven willen we met elkaar actief de samenwerking op gaan zoeken. Gelukkig beschikken we al binnen de gemeentegrenzen over onderwijs- en kennisinstututen, zoals NHL Stenden Hogeschool en het Drenthe College. Daarnaast is er een sterke regionale samenwerking in de regio. Opgaven die in de samenwerking tussen ondernemers, onderwijsinstellingen en overheid centraal kunnen staan zijn bijvoorbeeld de opgaven op de arbeidsmarkt: hoe vinden we voldoende en kwalitatief goed personeel, wat betekenen de technologische ontwikkelingen voor de medewerker van de toekomst,

hoe kan de sector een aantrekkelijke en flexibele werkgever zijn? Complexe, maar erg belangrijke vragen om aan alle opgaven in dit beleidskader te kunnen werken. Maar ook andere complexere opgaven op het gebied van (bijvoorbeeld) innovatie of duurzaamheid kunnen vragen om kennisontwikkeling, pilots of een regionale aanpak die de individuele ondernemer overstijgt. Het gaat hierbij om grote maatschappelijke veranderingen of opgaven die ook om grotere complexe keuzes vragen.

Speerpunt 4 **Promotie: het vermarkten van de kracht van Emmen**

De toeristische promotie en marketing van Emmen is versnipperd. Er zijn vele organisaties betrokken bij lokale, regionale of provinciale promotie, marketing en toeristische informatievoorziening. Daarmee worden de toeristische sterktes en het (te ontwikkelen en aan te scherpen) toeristisch profiel van de gemeente Emmen onvoldoende over het voetlicht gebracht en kunnen we mogelijk te weinig profiteren van de toegenomen aandacht en waardering voor ruraal toerisme en buitenrecreatie (als gevolg van COVID-19) en de toenemende interesse in interessante (cultuur)historische verhalen.



Hoofdstuk 6

Uitvoeringsagenda: wat gaan we doen

In de uitvoeringsagenda vertalen we de speerpunten in concrete acties voor de komende jaren. We behandelen ze kort per speerpunt.

Naast de gemeente hebben de Stichting Promotie Emmen, het Toeristisch Platform, De Hondsrug UNESCO Global Geopark, het Recreatieschap Drenthe, de provincie Drenthe, het onderwijs en andere partijen binnen de gemeente een belangrijke rol in de uitvoering van de plannen. We zullen een deel van deze acties zelf oppakken en sommige onderdelen uitbesteden aan al bestaande uitvoeringspartijen in de gemeente, en waar nodig op zoek gaan naar aanvullende externe expertise en/of capaciteit. Voor een aantal acties willen we daarbij nog zorgvuldig kijken bij welke partij de betreffende actie het best belegd kan worden. Bij sommige acties ligt het voor de hand om ook regionaal samen te werken

(bijvoorbeeld op het niveau van de Hondsrug, de BOCE-gemeenten, het Recreatieschap Drenthe of Marketing Drenthe). Voor de uitvoering maken we gebruik van reeds gealloceerde budgetten voor recreatie en toerisme en maken we gebruik van budgetten die partijen als de provincie Drenthe, het Recreatieschap Drenthe of de EURegio tot haar beschikking hebben.

Toelichting op de termijnen in de planning:

- Korte termijn: 1-2 jaar
- Middellange termijn: 2-4 jaar
- Lange termijn: na 4 jaar, deze acties lopen voorbij de looptijd van deze uitvoeringsagenda maar kunnen eerder worden opgepakt als zich koppelkansen voordoen.

Speerpunt 1

Profiel: het verhaal van Emmen sterker ontwikkelen

Nr.	Actie	Planning
1.1	We gaan de verhalen van de gemeente ophalen (bijvoorbeeld de verhalen van het veen, Van Gogh, energie, de relatie met het dierenpark etc.) als basis voor de profilering van het gebied.	Korte termijn
1.2	We gaan een toeristisch profiel ontwikkelen voor de gemeente. Daarvoor gebruiken we de verhalen uit het gebied. En we gaan keuzes maken (welke verhalen zetten we in de 'etalage' en wanneer welke in welke 'displays' en 'schappen' van de spreekwoordelijke winkel).	Korte termijn
1.3	We gaan een concreet plan maken voor uitingen van het profiel in de verschillende fasen van de customer journey: de oriëntatiefase, de boekingsfase, de fase van het bezoek (reis, verblijf en activiteiten) en de fase waarin men weer thuis is. Hoe komt het profiel tot uiting (zichtbaar in producten en marketing) in al deze fasen?	Korte termijn



foto: Marcel de Jong

Speerpunt 2
Product: het creëren van eigentijds en wendbaar aanbod

Nr.	Actie	Planning
2.1	We maken met de ondernemers een plan voor het verbeteren van de beleefbaarheid van de verhalen en het toeristisch profiel. Hoe kan in productontwikkeling het profiel beter zichtbaar worden, zowel in het centrum van Emmen als in het buitengebied?	Korte termijn
2.2	We oriënteren ons op succesverhalen in andere gemeenten en regio's rondom een toeristisch profiel en de uitwerking daarvan, als inspiratie voor Emmen. We plannen een werkbezoek bij één of meerdere van deze gemeenten of regio's; te denken valt aan Stichting Promotie Gemeente Epe, die al geruime tijd met ondernemers en gemeente succesvol werkt rond het toeristische profiel: 100% Wildgarantie op de Veluwe.	Korte termijn
2.3	We stellen een budget beschikbaar via de stimuleringsregeling vrijetijdseconomie voor initiatieven uit het veld die bijdragen aan beleefbaarheid van het toeristisch profiel en leefbaarheid in onze gemeente.	Gehele looptijd
2.4	We gaan een 'kennisinfrastructuur' inrichten met o.a. een websitepagina (die kan worden gekoppeld aan de toeristische website), waarop we feiten, cijfers en informatie over de sector delen. We organiseren / faciliteren workshops en/of inspiratiesessies over gastvrijheid, wie is de gast, circulariteit, subsidiemogelijkheden et cetera. En we bieden e-trainingen aan. Via dit platform kunnen ondernemers en organisaties ook met elkaar communiceren, ideeën en ervaringen uitwisselen.	Korte termijn
2.5	Om inzicht te krijgen in wat er voor nodig is om de primaire doelgroepen van Emmen beter te bedienen, zetten we een onderzoek uit naar de aantrekkingskracht van het huidige aanbod op de verschillende groepen uit de Leefstijlvinder. Zo krijgen we zicht op hiaten in het aanbod en kansen voor verbetering.	Korte termijn
2.6	De gemeente faciliteert een 'Ken uw gast' traject, waarin ondernemers de segmentatie van de Leefstijlvinder concreet in hun bedrijf gaan toepassen en dus daarmee direct resultaten gaan boeken door de toepassing. Het gaat hierbij om een kennisprogramma, waarin ondernemers gecoacht worden om de segmentatie daadwerkelijk te gaan toepassen op hun bedrijf.	Middellange termijn
2.7	Op een nader in te vullen wijze willen we een kennisprogramma ondernemerschap ontwikkelen. Het gaat om een verdiepend kennisprogramma, waarin ondernemers enerzijds individueel (via coaching) een spiegel kan worden voorgehouden, anderzijds gezamenlijk) ervaringen uitwisselen en werken aan hun ondernemerschap. Hierin is expliciet aandacht voor innovatie en duurzaamheid.	Korte termijn
2.8	We gaan ondernemers stimuleren om deel te nemen aan subsidie- en consultancyprogramma's, zoals Leader en het Recreatie Expert Team van het provinciale Vitale Vakantieparken programma.	Gehele looptijd

Nr.	Actie	Planning
2.9	We ontwikkelen een uitnodigingskader waarin we duidelijk aangeven welke nieuwe initiatieven we toejuichen in onze gemeente en waar we als gemeente medewerking aan zullen verlenen; we bouwen hierbij voort op de nota verblijfsrecreatie en vertalen deze uitgangspunten breder naar de gehele vrijetijdsector. Ook het profiel kan hierin weer een rol spelen.	Middellange termijn
2.10	Uitrol wandelknooppunten netwerk over de gehele gemeente. Het eerste voorstel is reeds uitgewerkt; in de komende beleidsperiode willen we graag inzetten op de uitrol van het wandelknooppuntennetwerk over het gehele grondgebied.	Middellange termijn
2.11	We ontwikkelen thematische 'routes' om het bestaande aanbod beter aan elkaar te verbinden. Het gaat niet direct om het toevoegen van nieuw aanbod, maar het koppelen van het bestaande aanbod aan elkaar door een fysieke route of digitale informatie die gekoppeld is aan het toeristisch profiel en de verhalen van Emmen. We hebben hierbij extra aandacht voor de opkomst van de elektrische fiets, die immers zorgt dat mensen langere afstanden kunnen afleggen. Aandacht voor voldoende, passende voorzieningen zoals laadpunten is hierbij belangrijk.	Middellange termijn
2.12	We gaan aan de slag met de optimalisatie van de routenetwerken, zowel als het gaat om de routes zelf, als de opstappunten en de voorzieningen. We kijken daarbij specifiek naar de mountainbikeroutes.	Gehele looptijd
2.13	We laten, samen met de buurgemeenten, een haalbaarheidsonderzoek uitvoeren naar doorfietsroutes met hulp van de investeringsagenda van de provincie.	Korte termijn
2.14	We blijven financieel bijdragen aan het Recreatieschap Drenthe als beheerder van routes en paden.	Gehele looptijd
2.15	We gaan samen met de provincie werken aan fietstransferia in de gemeente Emmen (als onderdeel van het programma Op Fietse).	Korte termijn
2.16	We zetten de ondersteuning voort aan het Masterplan UNESCO Geopark de Hondsrug.	Gehele looptijd
2.17	We werken samen met de partners aan de doorontwikkeling van het Van Gogh Huis.	Gehele looptijd
2.18	We werken samen met de partners aan de uitvoering van het masterplan Veenpark en werken toe naar een museum van provinciaal belang.	Gehele looptijd
2.19	We onderzoeken hoe we de beleving in het centrum van Emmen verder kunnen vergroten.	Gehele looptijd

Speerpunt 3

Partijen: het samenwerken aan innovatie en complexe opgaven

Nr.	Actie	Planning
3.1	We organiseren elk jaar een kennis- en netwerkdag waarin we laten zien waar we mee bezig zijn, met sprekers en netwerkmogelijkheden. Daarbij kiezen we elk jaar een ander thema, bijvoorbeeld duurzaamheid of cultureel erfgoed. Ook het toeristisch profiel staat iedere keer centraal, om elkaar te inspireren.	Gehele looptijd
3.2	We gaan 'keukentafelgesprekken' faciliteren tussen verschillende partijen in de gemeente (bv. de ondernemers in stad, het veen of de Hondsrug) om elkaar te leren kennen en samenwerken te stimuleren. Per gebied kijken we welke bestaande platforms we hierbij willen betrekken.	Gehele looptijd
3.3	We organiseren één keer per jaar een inspiratiedag voor ondernemers waarbij we een aantal bedrijven en locaties bezoeken. Met als doel de kennis over het gebied te vergroten en elkaar beter te leren kennen.	Gehele looptijd
3.4	We gaan samen met de sector en onderwijsinstellingen zoals NHL Stenden Hogeschool, het Alfa college, en/of het Drenthe college werken aan een toekomstgericht plan voor 'human capital', de arbeidsmarkt en de werknemer van de toekomst. Wat kunnen we nu doen om te werken aan de problemen op de arbeidsmarkt, hoe maken we de sector toekomstbestendig en wat vragen we van de medewerker van de toekomst?	Middellange termijn
3.5	We gaan werken aan een aantal concrete pilots met behulp van moderne technologie (zoals VR en AR) Door een verbinding te leggen met de Smart Industry en onderwijsinstellingen in de regio willen we pilots opzetten rond het virtueel beleefbaar maken van het toeristisch profiel en/of de cultuurhistorische achtergronden ervan. Door een augmented reality platform te ontwikkelen dat ter dienst kan staan aan de gast in ons gebied, kunnen we met moderne technieken de beleefbaarheid van het profiel versterken, juist daar waar de verhalen niet direct meer zichtbaar zijn.	Lange termijn
3.6	We stellen een budget beschikbaar voor initiatieven uit het veld die op innovatieve wijze werken aan duurzaamheid en/of beleving van het profiel. Ondernemers, maar ook bijvoorbeeld bewonersorganisaties kunnen hiervan onder voorwaarden gebruik maken.	Gehele looptijd
3.7	We zetten een samenwerking op met onderwijsinstellingen, waarbij ondernemers, overheid en onderwijs samen kunnen werken aan vraagstukken voor de toekomst.	Gehele looptijd
3.8	We gaan aan de slag met het creëren van een blue zone innovatiehub. Centraal binnen dit project vanuit de Regiodeal staat het vergroten van de innovatiekracht van bedrijven binnen de sector toerisme en leisure (vrijtijdssector). Bedrijven worden geholpen met innovatievragen en het (hybride) werken-leren van studenten wordt direct verbonden aan het werkveld. Tenslotte is de cross-over die wordt gemaakt met de gezondheidsbranche (gezond leven, preventie en vitaliteit) een belangrijk en bijzonder aspect.	Gehele looptijd
3.9	We zetten de huidige samenwerkingsverbanden voort en intensiveren deze waar nodig (denk aan Marketing Drenthe, Internationaal Natuurpark, de Regiodeal, het Recreatieschap Drenthe, BOCE-gemeenten, Rijnland Instituut en de Hondsrug).	Gehele looptijd

Speerpunt 4

Het vermarkten van de kracht van Emmen

Nr.	Actie	Planning
4.1	We ontwikkelen een herkenbare en aansprekende huisstijl, passend bij het toeristisch profiel. Eén look and feel voor het totale gebied, met aandacht voor lokale accenten. Daarbij haken we aan op de huisstijl van Marketing Drenthe voor de landelijke herkenbaarheid.	Middellange termijn
4.2	We gaan werken aan contentontwikkeling en campagneontwikkeling rondom het toeristisch profiel. Wanneer er voldoende aanbod en beleefbaarheid van het profiel is, kan de marketingpromotie ingezet worden. Dit zal in nauwe samenspraak met Marketing Drenthe gebeuren. Vanuit de regio Emmen zal zogenaamde content worden ontwikkeld, die zowel aan de ondernemers als aan Marketing Drenthe ter beschikking wordt gesteld. Hiermee wordt een professioneel en consistent beeld naar buiten toe gepresenteerd.	Middellange termijn
4.3	We verbeteren de huidige website waar al het aanbod wordt ontsloten in één look and feel, passend bij het profiel.	Middellange termijn
4.4	We ontwikkelen concrete herkenbare en aansprekende producten, passend bij het toeristisch profiel en de huisstijl, zoals een gebiedskaart met highlights en beleefbare elementen en routeinformatie.	Middellange termijn
4.5	We maken met het werkveld een (master)plan voor het verbeteren en toekomst bestendig maken van de toeristische informatievoorziening in Emmen. Hoe zorgen we dat online en offline de informatie aan de toerist wordt geboden die toch al in het gebied is en op zoek is naar meer inspiratie en informatie? We kijken in hoeverre we gebruik kunnen maken van kunstmatige intelligentie en smart-technology.	Middellange termijn
4.6	We ontwikkelen een ambassadeursprogramma voor ondernemers, organisaties en inwoners om meer bekendheid te geven aan het toeristisch product en sluiten hierbij ook aan op bestaande programma's; we zetten hierin opnieuw het toeristisch profiel centraal, zodat dit ook bij de ambassadeurs gaat leven.	Middellange termijn
4.7	We gaan tweetaligheid (naast het Nederlands in ieder geval het Duits) stimuleren en faciliteren bij individuele aanbieders in de recreatief-toeristische sector, zodat zij hun producten en marketing ook in het Duits kunnen aanbieden.	Middellange termijn
4.8	We geven verder uitvoering aan het Merkactivatieplan Hondsrug door actieve samenwerking met ondernemers en partners.	Gehele looptijd

Bijlage

kenmerken vrijetijdseconomie

Om de kenmerken van het de vrijetijdseconomie in de gemeente Emmen in beeld te brengen is er gekeken naar de volgende onderdelen:

- Werkgelegenheid in de sector
- De omvang van het aanbod
- De vraag en overnachtingen
- De gast / de bezoeker

Werkgelegenheid

In 2019 bedroeg het aantal banen in de vrijetijdsector in de gemeente Emmen 2.910 (fulltime, parttime en oproep). In 2016 was het aantal banen nog 2.730, dit is elk jaar gestaag toegenomen en gegroeid tot de 2.910 in 2019 (een groei van 6,6%). In 2019 bedroeg dit 6,3% van het totaal aantal banen in de gemeente. In de provincie Drenthe was in 2019 de werkgelegenheid in de recreatief-toeristische sector 7,1% van het totaal aantal banen. Het aantal banen in de sector was in 2019 15.900 en was in 3 jaar tijd met 7,7% toegenomen. Op provinciaal niveau groeide het aantal banen in de vrijetijdsector sector daarmee harder dan op het niveau van de gemeente Emmen.

In 2020 is het aantal banen in de recreatief-toeristische sector in de gemeente Emmen gedaald tot 2.720. Dit is een daling van 6,5% ten opzichte van 2019. Dit is met name te wijten aan de coronacrisis. Het aantal banen in de sector in de provincie Drenthe ligt in 2020 5,1% lager dan in 2019. Daarmee is de daling op provinciaal niveau lager dan op gemeenteniveau ¹.

¹ Cijfers afkomstig van LISA.nl, geraadpleegd op 29-10-2021.

Omvang van het aanbod

Emmen heeft een groot en divers dagrecreatief aanbod en relatief weinig verblijfsrecreatie. Daarnaast is het verblijfsrecreatieve aanbod veelal kleinschalig en weinig onderscheidend (zie tabel 0.1). Het overgrote deel van de bedrijven (65%) bestaat uit kleinschalige B&B's. Ook zijn er relatief veel campings in de gemeente (ongeveer 25%), waarvan het overgrote deel mini-campings betreft.

Tabel 0.1
Verblijfsrecreatieve aanbod in de gemeente Emmen in 2020

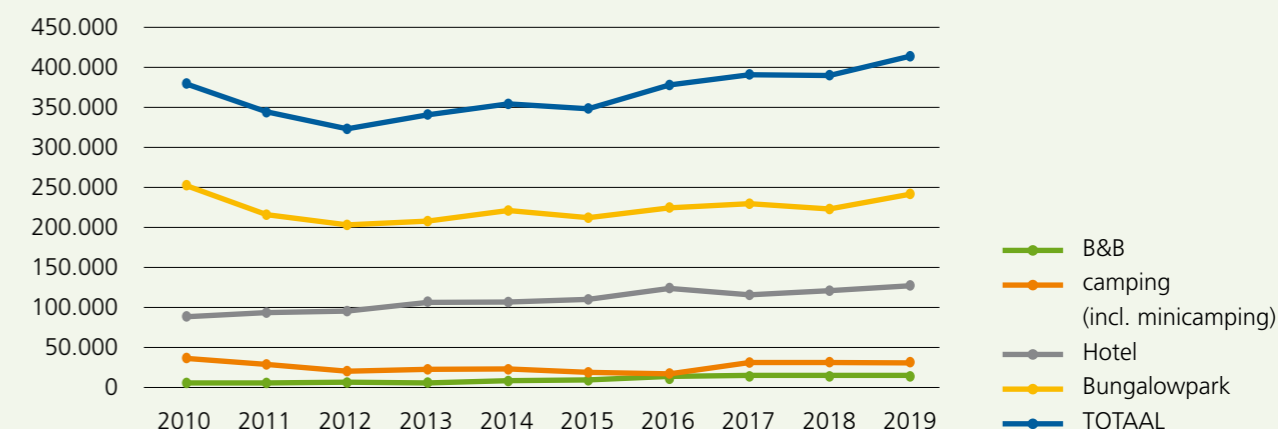
Accommodatie-type	Aantal	Percentage accommodaties
Campings	6	5,1%
Minicampings	23	19,7%
Bungalowparken	2	1,7%
Groeps-accommodaties	1	0,9%
Hotels	6	5,1%
B&B's	76	64,9%
Camperplaatsen	3	2,6%
Totaal	117	100%

Dagtochten en overnachtingen

In 2019 werden 5,2 miljoen dagtochten gehouden naar de gemeente Emmen. Het overgrote deel hiervan is te typeren als een bezoek aan attracties (34%). Daarnaast zijn ook uitgaan (22%) en sport en sportieve recreatie (20%) populaire typen dagtochten. Deze dagtochten zorgden voor 139 miljoen euro aan bestedingen. Dit is 20,9% van de hoeveelheid bestedingen aan dagtochten in de provincie ¹.

Sinds 2015 groeit het aantal overnachtingen in de gemeente gestaag. Toch is er een aantal verschillen per accommodatietype. De meeste overnachtingen vinden plaats op bungalowparken en in hotels en het aantal overnachtingen groeit jaarlijks. Bij hotels is 55% van de overnachtingen zakelijk, en 45% toeristisch. Bij reguliere campings is sinds 2017 een stagnatie van het aantal overnachtingen. Dit is opvallend omdat er landelijk een trend zichtbaar is dat het aantal overnachtingen op campings daalt. Voornamelijk de komst van camping BuitenLand zorgt voor een stagnatie van het aantal overnachtingen in plaats van een daling in de gemeente Emmen, met name omdat zij een andere doelgroep aantrekken: de avontuurzoekers ².

Figuur 0.1
Overnachtingscijfers per accommodatietype gemeente Emmen³



¹ Bron: ECORYS Monitor (2020). Toerisme in Drenthe (Gemeentesheets).

² Bron: Gemeente Emmen (2020). Nota verblijfsrecreatie.

³ Bron: Gemeente Emmen (2020). Nota verblijfsrecreatie.

Tabel 0.2

Overnachtingen per accommodatietype in de gemeente Emmen in 2020.

Accommodatie-type	Over-nachtingen in 2020 ⁴	Percentage overnachtingen in 2020
Campings	16.780	4,1%
Minicampings	14.032	3,5%
Bungalowparken	239.390	59,1%
Groepsaccommodaties	Onbekend	
Hotels	117.672	29,0%
B&B's	15.720	3,9%
Camperplaatsen	1.500	0,4%
Totaal	405.094	100%

In 2020 waren er 117 verblijfsrecreatieve aanbieders in de gemeente Emmen die samen zorgden voor iets meer dan 0,4 miljoen overnachtingen. Het overgrote deel van de overnachtingen vond plaats in bungalowparken, vergelijkbaar met de voorgaande jaren. Alhoewel er relatief veel B&B's en campings zijn, is het relatieve aantal overnachtingen juist klein. Bij bungalowparken en hotels is dit precies andersom ⁵.

⁴ Door corona zagen vele bedrijven hun omzetten met vele tientallen procenten dalen. Daar tegenover stond dat met name campings, en in mindere mate de bungalowparken vanaf juni 2020 een uitstekende bezetting lieten zien.

⁵ Bron: Gemeente Emmen (2020). Nota verblijfsrecreatie.

De gast / de bezoeker

Het verblijfsrecreatieve aanbod is weinig onderscheidend en voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindingszoeker en rustzoeker (zie tabel 0.3). Camping BuitenLand is hierin vernieuwend aangezien deze voorziening interessant is voor avontuur- en/of inzichtzoekers, een doelgroep die nog weinig wordt bediend in de gemeente.

Tabel 0.3

Accommodatietypes in de gemeente Emmen en voor welke doelgroepen deze het meest aantrekkelijk zijn.

Accommodatietype	Doelgroepen
Hotels	Verbindingszoekers, rustzoekers, stijlzoekers, inzichtzoekers
Bungalowparken	Harmoniezoekers, plezierzoekers
Kampeertreinen	Verbindingszoekers en rustzoekers (m.u.v. Camping BuitenLand)
Groepsaccommodaties	Plezierzoekers, harmoniezoekers, stijlzoekers
B&B's	Verbindingszoekers en rustzoekers

**Colofon**

Een uitgave van de gemeente Emmen

Opdrachtgever

gemeente Emmen

Opdrachtnemer

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Auteurs

gemeente Emmen
Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Bezoekadres

Raadhuisplein 1, 7800 RA Emmen
Telefoon: 14 0591

gemeente.emmen.nl
gemeente@emmen.nl