

Leisure in het centrum van Emmen

**Een onderzoek naar de samenhang tussen het Dierenpark
Emmen en het centrum van Emmen**



Bijlagen

Overzicht Bijlagen

BIJLAGE 1.1	ONDERZOEKSVRAGEN	3
BIJLAGE 2.1	LEEFSTIJLEN	5
BIJLAGE 4.1	ENQUÊTE: DE SFEER VAN HET CENTRUM VAN EMMEN	6
4.1a	Vragenlijst	6
4.1b	Resultaten enquête Emmen Centrum	8
BIJLAGE 4.2	ENQUÊTE: RELATIE CENTRUM VAN EMMEN EN DIERENPARK EMMEN	13
4.2a	Vragenlijst	13
4.2b	Resultaten enquête Dierenpark Emmen	15
BIJLAGE 4.3	STERKE EN ZWAKKE PUNTEN VAN HET HUIDIGE TOERISTISCH PRODUCT IN DE GEMEENTE EMMEN	18
BIJLAGE 4.4	DE ONTWIKKELING VAN HET CENTRUM VAN EMMEN	19
4.4a	Het centrum van Emmen	19
4.4b	De geschiedenis van het Dierenpark Emmen	21
BIJLAGE 4.5	BELEID TEN AANZIEN VAN LEVENDIGHEID EN SAMENHANG	23
4.5a	Structuurnota Emmen-centrum, 1981	23
4.5b	Masterplan Ontwikkeling Emmen-centrum, 1992	24
4.5c	Situatie anno 2004	24
BIJLAGE 5.1	DE AMBITIES VAN EMMEN	26
5.1a	De hoofdambitie	26
5.1b	Ambities voor leisure	26

5.1c	Ambities voor het centrum	27
BIJLAGE 5.2	VERANTWOORDING CRITERIA EN GEWICHTEN	29
BIJLAGE 8.1 EMMEN	INTERVIEW LUUK VAN DER VELDE, GEMEENTE	31
BIJLAGE 8.2	INTERVIEW HARM BRUMMEL, GEMEENTE EMMEN	36
BIJLAGE 8.3 EMMEN	INTERVIEW CATHALIJNE ELINGS, DIERENPARK	40
BIJLAGE 8.4	INTERVIEW MURK FALKENA, GEMEENTE LELYSTAD	45
BIJLAGE 8.5 NOORDWIJK	INTERVIEW HANS VAN DER WEERDHOF, GEMEENTE	49
BIJLAGE 8.6	TELEFONISCH INTERVIEW BRIGITTE HULSCHER	54

Bijlage 1.1 Onderzoeksvragen

A *Theoretisch kader:*

1. Wat is leisure en welke voorzieningen en functies vallen onder dit begrip?
2. Wat is levendigheid?
3. Wat is samenhang?
4. Wat is de rol van leisure in hedendaagse stadscentra?
5. Wat is het verband tussen leisure, samenhang en levendigheid in een stadscentrum?

B *De samenhang tussen het centrum en het Dierenpark Emmen:*

1. In welk gebied in het centrum van Emmen moet de samenhang en de levendigheid vergroot worden, opdat er een levendig en dynamisch centrum ontstaat?
2. Welke deelgebieden bestaan er binnen het in vraag 1 beschreven gebied?
3. Hoe ervaren de mensen die het centrum van Emmen geregeld bezoeken dit gebied en de onderscheiden deelgebieden?
4. Hoe ervaren de bezoekers van het Dierenpark Emmen dit gebied?
5. Bezoeken de bezoekers van het Dierenpark Emmen het centrum wel eens; zo ja, waarom wel; zo nee waarom niet?
6. Wat is het toeristisch-recreatieve aanbod in Emmen?
7. Wat zijn de sterke en zwakke punten van (de sfeer van) het centrum?
8. Wat is het imago van Emmen?
9. Hoe zijn het Dierenpark Emmen en het centrum historisch gegroeid?
10. Is er beleid (geweest) in de gemeente Emmen om de samenhang tussen het centrum en het Dierenpark Emmen te vergroten?
11. Welk beleid is er de afgelopen 10 tot 15 jaar gevoerd ten aanzien van de levendigheid en samenhang in het centrum en wat is het effect van dat beleid geweest?

C *Dierenpark in het centrum of naar de Es*

1. Wat zijn de gevolgen voor het centrum als het dierenpark in het centrum blijft?
2. Wat zijn de gevolgen voor het centrum als het dierenpark in z'n geheel naar de Es verhuist?
3. Welke ambities wil Emmen realiseren met betrekking tot haar centrum?
4. Welke beleids optie geeft de meeste kansen op het realiseren van de ambities?

D *Een meer samenhangend en levendig centrum:*

1. Welke alternatieve leisure voorzieningen zijn er in Emmen te realiseren?
2. Waar kunnen die alternatieve leisure voorzieningen gerealiseerd worden?
3. In hoeverre moeten alternatieve leisure voorziening gericht zijn op het trekken van het dierentuinpubliek en in hoeverre moeten ze gericht zijn op het trekken van ander publiek?
4. Welke invloed kunnen deze alternatieve leisure activiteiten hebben op: 1 – de levendigheid in het centrum; 2 – de samenhang tussen het dierenpark, het centrum en andere leisure activiteiten?
5. Hoe kan de barrièrewerking van de Hondsrugweg worden verminderd, opdat er meer samenhang kan ontstaan tussen het huidige centrum en eventuele leisure activiteiten en andere centrum functies aan de westkant van de Hondsrugweg?
6. Op welke manier kan het bestaande aanbod het beste ingezet worden om de levendigheid en samenhang te vergroten?
7. Hoe kan Emmen haar centrum beter promoten?
8. Welk stadsbeeld kan het best bijdragen aan een samenhangend en levendig centrum?

E ***Cases:***

1. Is de situatie vergelijkbaar met die in Emmen?(ongeveer even grote plaats, attractie is in of vlakbij het centrum, is gericht op dagrecreatie en trekt ongeveer evenveel bezoekers)
2. Hoe kijkt de desbetreffende gemeente tegen de situatie aan: accepteert zij de situatie of wil ze de situatie juist veranderen?
3. Wat heeft de desbetreffende gemeente voor beleid gevoerd om meer bezoekers naar het centrum te lokken en heeft dit beleid succes gehad?
4. Heeft zij de mono-attractiviteit weten op te heffen door het ontwikkelen van alternatieve vormen van leisure?

Bijlage 2.1 Leefstijlen

Doelgroep	Activiteitengroep	
Studenten	A	Studenten: <i>hoog opgeleid, laag inkomen, actief sociaal leven</i>
Singles	B	Jonge werkenden: <i>midden/hoog opgeleid, goed inkomen, actief sociaal leven</i>
	C	Weinig economisch actieven: <i>laag/middenhoog opgeleid, laag inkomen</i>
Stellen	B	Tweeverdieners zonder kinderen: <i>midden/hoog opgeleid, goed inkomen, actief sociaal leven</i>
	C	Weinig economisch actieven: <i>laag/middenhoog opgeleid, laag inkomen</i>
	D	Traditionele huishoudens: <i>kostwinnergezinnen, empty-nesters, gemiddeld inkomen en gemiddeld opgeleid</i>
	E	Actieve ouderen: <i>> 55 jaar, hoog opgeleid en hoog inkomen, actieve levensstijl</i>
Ouderen	E	Actieve ouderen: <i>hoog opgeleid en hoog inkomen, actieve levensstijl</i>
	F	Omgevingsgerichte ouderen: <i>omgevingsgericht, laag/midden opgeleid en laag/gemiddeld inkomen</i>
Gezinnen met kinderen	G	Weinig economisch actieven met kinderen: <i>laag/middenhoog opgeleid, laag inkomen</i>
	H	Traditionele gezinnen: <i>Kostwinnergezinnen, gemiddeld inkomen en gemiddeld opgeleid</i>
	I	Tweeverdieners met kinderen: <i>hoog inkomen, hoog opgeleid, actief sociaal leven</i>
Eenoudergezinnen	J	Eenoudergezinnen: <i>laag inkomen, laag opgeleid</i>

Bron: Gemeente Groningen, nieuwe nota woonbeleid in: Smulders, M (2001), Van ambities naar uitvoering: een onderzoek naar de doorwerking van rijksambities ten aanzien van de kwaliteit en differentiatie van woonmilieus.

- Weiart: 6 overdag: a b c d
- 6 's avonds: a b c d
- 7 overdag: a b c d
- 7 's avonds: a b c d

9. Welke omschrijvingen zijn voor het centrum van Emmen van toepassing?
- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| a levendig/saai/nvt | b sfeervol/geen sfeer/nvt |
| c gezellig/ongezellig/nvt | d stedelijk/dorps/nvt |
| e goed/slecht/nvt aanbod winkels | f goed/slecht/nvt aanbod horeca |
| g goed/slecht/nvt aanbod cultuur | h goed/slecht/nvt aanbod evenementen |

C: centrum/ Dierenpark Emmen:

10. Heeft u wel eens een bezoek aan het Dierenpark Emmen gebracht?
- | | |
|---------|--------------------------------------|
| a nooit | b ja, minder dan eens in de 2 jaar |
| | c ja, vaker dan eens in de twee jaar |
11. Ervaart u de aanwezigheid van het Dierenpark Emmen in het centrum als positief?
- | | | |
|------|-------|---------------|
| a ja | b nee | c geen mening |
|------|-------|---------------|
12. Wat zou beter zijn voor een levendige sfeer in het centrum: dat de dierentuin in de toekomst in het centrum blijft, of dat de dierentuin in z'n geheel naar de Es verhuist?
- | | |
|------------------|---------------|
| a in het centrum | b naar de Es |
| c maakt niet uit | d geen mening |

D: wat er verbeterd moet worden in het centrum:

13. Wat heeft het centrum van Emmen volgens u nodig om aantrekkelijker te worden en een meer bruisende en levendige sfeer te krijgen?
- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| a meer winkels | b meer variatie in het winkelaanbod |
| c meer daghoreca | d meer avond/nachthoreca |
| e meer amusementsactiviteiten | f meer culturele voorzieningen |
| g meer (ondergrondse) parkeergarages | |
| h meer woningbouw voor jongeren | |
| i meer stedelijke bebouwing | j meer groen/parken |
| k versterken toeristische functie | |
| l anders, nl... | |
14. Heeft u verder nog opmerkingen en/of aanbevelingen mbt dit onderwerp?

4.1b Resultaten enquête Emmen Centrum

Deze enquête is op vier momenten uitgevoerd, te weten dinsdagochtend 27 april tussen 10.00 en 12.00 uur 's ochtends (doordeweekse ochtend), zondagmiddag 23 mei tussen 15.00 en 17.00 uur (koopzondag), donderdagavond 3 juni tussen 19.00 en 20.30 uur 's avonds (koopavond) en vrijdagochtend 4 juni tussen 10.00 en 12.00 uur (markt). Voor deze vier momentopnamen is gekozen, omdat verwacht werd dat op elk van deze vier momenten de samenstelling van het publiek anders was en op die manier een zo breed mogelijke afspiegeling van de Emmense centrumbezoekers geënquêteerd kon worden. In totaal zijn er 101 enquêtes afgenomen.

Categorie A: persoonlijke gegevens¹

Vraag 1:

De helft van de ondervraagden kwam uit Emmen zelf (51 mensen), de helft van buiten de stad (50 mensen).

Vraag 2:

De helft van de ondervraagden was een man (50 mensen), de helft was een vrouw (51 mensen).

Vraag 3:

Er is gekozen voor een indeling in 5 leeftijdscategorieën, analoog aan vijf levensfasen, waarin wisselende leisure behoeften bestaan². Categorie 1 zijn de jongeren: veelal schoolgaand, woonachtig bij ouders, veel vrije tijd, relatief weinig geld. Categorie 2 zijn de jongvolwassenen: veelal studierend of werkend, wonen vaak alleen of samen met partner, vaak nog niet getrouwd en nog geen kinderen, hoeveelheid vrije tijd en geld zijn zeer variabel. Categorie 3 zijn de personen die zich in de fase bevinden waarin mensen kinderen krijgen en opvoeden (veelal relatief veel geld, maar weinig vrije tijd, want werkend, vrije tijdsbesteding staat voor een groot deel in het teken van de kinderen). Categorie 4 zijn de ouderen (vaak met de Vut of gepensioneerd, kinderen het huis uit, dus relatief veel vrije tijd en vaak erg actief), categorie 5 zijn de bejaarden (relatief weinig geld en vaak niet meer zo actief).

Er zijn 19 jongeren geënquêteerd (12 t/m 20 jaar), 19 jongvolwassenen (21 t/m 30 jaar), 44 personen in de leeftijdscategorie 31 t/m 55 jaar, 14 ouderen (56 t/m 70 jaar) en 5 bejaarden (ouder dan 70 jaar).

Vraag 4:

Deze vraag luidt: wat is het doel van uw bezoek?

In het centrum zijn 3 personen geënquêteerd die het centrum bezochten vanwege hun werk. Er zijn ook 8 enquêtes afgenomen op de afdeling Ruimtelijke Ontwikkeling van de gemeente Emmen, deze zijn ook bij de categorie werken ingedeeld. Er zijn 17 personen geënquêteerd die als (dag)toerist Emmen bezochten, merendeel dierentuin bezoekers. Het allergrootste deel van de bezoekers van het centrum van Emmen kwam om te winkelen. De categorieën marktbezoek, winkelen en funshoppen³ scoren respectievelijk 18, 25 en 18, tezamen goed voor 61 personen, oftewel ($61/93 = 66\%$) tweederde van alle geënquêteerde bezoekers⁴.

¹ Vraag 5 is niet geanalyseerd, deze vraag werd alleen gesteld om te bepalen welke vervolgvraag moest worden gesteld.

² Deze indeling berust op eigen intuïtie en is niet getoetst aan wetenschappelijke literatuur.

³ Het verschil tussen marktbezoek, winkelen en funshoppen was niet altijd even duidelijk en soms was er sprake van een combinatie van de verschillende activiteiten.

⁴ De gemeente medewerkers zijn hierin niet meegerekend, want die bezochten de openbare ruimte van het centrum niet op het moment dat zij geënquêteerd werden.

Overige categorieën: wonen: 2 personen; terras/horecabezoek: 4 personen; overig: 2 personen. Geen enkele respondent voor school/studiedoeleinden in het centrum. Dit is goed te verklaren met het gegeven dat er geen middelbare scholen en opleidingsinstituten in het centrum van Emmen gevestigd zijn.

Categorie B: de sfeer van het centrum

Vraag 6 & 7:

Deze vragen werden door 20 personen beantwoord. In bijna alle gevallen gaven mensen antwoord d (geen mening) op wanneer ze 's avonds of overdag nooit (in een bepaald deel van) het centrum komen. Deze gegevens worden vanwege het geringe aantal geenqueterden en de vele antwoorden d (geen mening) niet betrouwbaar geacht om een goede indicatie te geven. De vragen 8 en 9 geven een betere indicatie van het oordeel over het centrum.

18 personen (90 %) vonden Emmen centrum overdag een aangename omgeving om te verblijven, tegen 2 (10 %) personen die hierover geen mening hadden. 7 Personen (35 %) vonden Emmen centrum 's avonds een aangename omgeving om te verblijven, tegen 13 (65 %) personen die hierover geen mening hadden.

11 Personen (55 %) vonden dat Emmen centrum overdag een bruisende, levendige sfeer heeft, terwijl 1 persoon (5 %) dat niet vond, 5 personen (25 %) dat soms vonden en 3 personen (15 %) hier geen mening over hadden. Slechts 2 personen (10 %) vonden dat Emmen centrum 's avonds een bruisende, levendige sfeer heeft, 1 persoon (5 %) vond dit niet, 1 persoon vond dit soms het geval, terwijl 16 personen (80 %) hier geen mening over hadden.

Vraag 8:

Deze vraag werd door 82 personen beantwoord⁵.

Centrum Noord:

Centrum Noord is overdag een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	31 personen (38 %)	nee:	35 personen (43 %)
soms/ enigszins:	8 personen (10 %)	geen mening:	8 personen (10 %)

Centrum Noord is 's avonds een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	15 personen (18 %)	nee:	33 personen (40 %)
soms/ enigszins:	4 personen (5 %)	geen mening:	30 personen (37 %)

Centrum Noord heeft overdag een bruisende, levendige sfeer:

ja:	17 personen (21 %)	nee:	49 personen (60 %)
soms/ enigszins:	8 personen (10 %)	geen mening:	8 personen (10 %)

Centrum Noord heeft 's avonds een bruisende, levendige sfeer:

ja:	8 personen (10 %)	nee:	40 personen (49 %)
soms/ enigszins:	4 personen (5 %)	geen mening:	30 personen (37 %)

Het Marktpllein:

Het Marktpllein is overdag een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	63 personen (77 %)	nee:	11 personen (13 %)
soms/ enigszins:	8 personen (10 %)	geen mening:	0 personen (0 %)

⁵ Een persoon heeft zowel vraag 6 & 7 als vraag 8 beantwoord.

Het Marktpllein is 's avonds een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	38 personen (46 %)	nee:	19 personen (23 %)
soms/ enigszins:	6 personen (7 %)	geen mening:	19 personen (23 %)

Het Marktpllein heeft overdag een bruisende, levendige sfeer:

ja:	46 personen (56 %)	nee:	15 personen (18 %)
soms/ enigszins:	20 personen (24 %)	geen mening:	1 persoon (1 %)

Het Marktpllein heeft 's avonds een bruisende, levendige sfeer:

ja:	24 personen (29 %)	nee:	25 personen (30 %)
soms/ enigszins:	12 personen (15 %)	geen mening:	21 personen (26 %)

De Weiart:

De Weiart is overdag een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	69 personen (84 %)	nee:	7 personen (9 %)
soms/ enigszins:	5 personen (6 %)	geen mening:	1 persoon (1 %)

De Weiart is 's avonds een aangename omgeving om te verblijven:

ja:	25 personen (30 %)	nee:	30 personen (37 %)
soms/ enigszins:	3 personen (4 %)	geen mening:	24 personen (29 %)

De Weiart heeft overdag een bruisende, levendige sfeer:

ja:	57 personen (70 %)	nee:	14 personen (17 %)
soms/ enigszins:	10 personen (12 %)	geen mening:	1 persoon (1 %)

De Weiart heeft 's avonds een bruisende, levendige sfeer:

ja:	21 personen (26 %)	nee:	31 personen (38 %)
soms/ enigszins:	6 personen (7 %)	geen mening:	24 personen (29 %)

Vraag 9:

Welke omschrijvingen zijn voor de sfeer van het centrum van Emmen van toepassing?

a: levendig	73	saai	15	geen mening/tussenin	13
b: sfeervol	68	geen sfeer	21	geen mening/tussenin	12
c: gezellig	80	ongezellig	11	geen mening/tussenin	10
d: stedelijk	47	dorps	42	geen mening/tussenin	12

De combinatie levendig, sfeervol en gezellig werd door 57 personen genoemd

Wat vindt u van het aanbod aan?

	winkels:	horeca:	cultuur:	evenementen:
goed	92	69	29	49
slecht	5	15	51	26
geen mening/tussenin	4	17	21	26

Categorie C: centrum/Dierenpark Emmen

Vraag 10:

Van alle ondervraagden hadden slechts 3 personen nog nooit een bezoek aan het Dierenpark Emmen gebracht, 51 ondervraagden bezochten het park vaker dan eens in de twee jaar en 47 mensen bezochten het park minder dan eens in de 2 jaar.

Vraag 11:

Slechts 2 personen lieten zich negatief uit over het feit dat het dierenpark in het centrum is gelegen. Maar liefst 97 mensen waren positief over de aanwezigheid van het dierenpark in het centrum, 2 mensen hadden geen mening hierover.

Vraag 12:

Over de vraag wat beter is voor een levendige sfeer in het centrum waren weer bijna alle geënquêteerden het met elkaar eens: 92 ondervraagden vonden dat de dierentuin in het centrum moet blijven. Slechts 4 personen dachten dat het beter voor de levendigheid in het centrum zou zijn als de dierentuin in z'n geheel naar de Es zou verhuizen. 2 Personen dachten dat het niet uit zou maken en 3 mensen hadden hier geen mening over.

Aan de hand van de hierboven beschreven antwoorden kan worden gesteld dat de relatie van de bezoekers van het centrum van Emmen met de dierentuin erg positief is. Praktisch alle bezoekers hebben wel eens een bezoek aan het park gebracht en de helft van de bezoekers bezoekt het park tenminste eens per twee jaar. Hierbij moet worden opgemerkt dat veel ondervraagden uit de groep frequente bezoekers een jaarabonnement op het park hebben en dus meerdere keren per jaar een bezoek aan het dierenpark brengen.

Tevens blijkt uit de enquêtesessies dat mensen erg trots zijn op het park en haar 'unieke' locatie in het hart van het centrum. Ze vonden het bijna allemaal positief dat het dierenpark in centrum is gelegen en vonden ook bijna allemaal dat het beter zou zijn voor de levendigheid van het centrum als het dierenpark in de toekomst in het centrum gehandhaafd zou blijven.

Categorie D: wat er verbeterd moet worden in het centrum**Vraag 13:**

Wat heeft het centrum van Emmen nodig om aantrekkelijker te worden en een meer bruisende en levendige sfeer te krijgen?

<i>Meer winkels</i>	13	<i>meer variatie in winkelaanbod</i>	31
<i>Meer daghoreca</i>	32	<i>meer avond/nachthoreca</i>	44
<i>Meer amusementsactiviteiten</i>	52	<i>meer culturele voorzieningen</i>	44
<i>Meer parkeergarages</i>	48	<i>meer jongerenwoningbouw</i>	52
<i>Meer stedelijke bebouwing</i>	20	<i>meer groen/parken</i>	68
<i>Versterken toeristische functie</i>	48		

Vraag 14:

Enkele veelgenoemde opmerkingen waren:

- Fietsers/voetgangers in Hoofdstraat beter scheiden, de straat is nu zoveel voetpad als fietspad, maar dit is niet duidelijk aangegeven, hierdoor ontstaat wel eens verwarring of een botsing. Vooral voor bezoekers van de dierentuin (die voor het eerst komen) is dit verwarrend. Er moet duidelijkheid ontstaan: of het blijft een fiets/voetpad, maar dan met een duidelijk aangegeven fietsbaan, of het wordt een wandelzone. Indien de gemeente Centrum Noord als winkel, horeca en leisure gebied een impuls wil geven, zou dat laatste wellicht de beste optie zijn.
- Er werd een aantal keer benadrukt dat het een gemis is dat er geen disco in of nabij het centrum van Emmen is gelegen. Dit is opvallend, want het is een stad van 57.000 inwoners met een groot verzorgingsgebied, dus er is waarschijnlijk genoeg draagvlak voor een discotheek. Omdat Emmen geen disco heeft, kan er vanuit worden gegaan dat veel Emmenaren, vooral de jongeren, in het weekend naar andere plaatsen toe gaan waar wel een disco is, hierdoor mist Emmen-centrum dus een kans op het gebied van uitgaan.

- Over de sfeer van het centrum kwamen o.a. de volgende suggesties ter verbetering naar voren: de aankleding van het (modernistisch getinte) centrum kan sfeervoller; er zou meer aan cultuur, muziek en amusement op straat moeten worden gedaan; het centrum is 's avonds dood, er zou 's avonds iets meer te beleven moeten zijn; het centrum is te langgerekt.
- Tevens vond een aantal ondervraagden dat Emmen haar centrum beter moest promoten, als zij meer toeristen wil trekken.
- Ten slotte werd een aantal keer genoemd: het gemis van een echte visboer/kraam in het centrum; dat Noord en dan vooral het Noorderplein levendiger moest worden; dat Emmen meer moet doen om studenten te trekken.

Bijlage 4.2 Enquête: relatie centrum van Emmen en Dierenpark Emmen

4.2a Vragenlijst

A: persoonlijke gegevens:

1. Waar woont u?
a gemeente Emmen b verzorgingsgebied Emmen⁶
c elders

ad: indien antwoord *a*, enquête *Emmen Centrum* afnemen

2. Verblijft u voor één of voor meerdere dagen in Emmen?
a één dag b meerdere dagen
3. Geslacht: a man b vrouw
4. Leeftijdscategorie: a 15-30 b 30-55 c 55-70 d 70+
5. Kinderen: a ja b nee

B: centrum/Dierenpark Emmen:

6. Hoe vaak komt u in het Dierenpark Emmen?:
a minder dan eens in de twee jaar b vaker dan 1 keer per twee jaar
c vaker dan 1 keer per jaar
7. Wat vindt u ervan dat het Dierenpark Emmen in het centrum van Emmen is gelegen?
a positief b negatief c geen mening

C: de sfeer van het centrum:

8. Hoe vaak komt u in het centrum van Emmen?
a nooit b minder dan 1 keer per jaar
c minder dan 1 keer per maand d vaker dan 1 keer per maand

ad: indien antwoord *a*, *vraag 9*, indien antwoord *b*, *c*, *of d*, *vraag 12*

9. Bent u nog van plan om straks het centrum van Emmen te bezoeken?
a ja b nee

ad: indien antwoord *a*, door met *vraag 15*

⁶ Volgens de gemeente Emmen bestaat het verzorgingsgebied uit de gemeenten *Coevorden*, *Borger-Odoorn*, *Hoogeveen*, *Hardenberg*, *Vlagtwedde* en *Stadskanaal* in Nederland en de gemeenten *Twist*, *Meppen*, *Emmlichheim*, *Stadt Haren* en *Geeste* in Duitsland.

10. Zo nee, waarom niet?
- | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------|
| a geen tijd/ ver reizen | b geen behoefte | e anders, nl |
| c geen mooi centrum | d vanwege kinderen | |
11. Zou u wel een bezoek brengen aan het centrum van Emmen als het een meer bruisende en levendige sfeer zou hebben?
- | | |
|------|-------|
| a ja | b nee |
|------|-------|

door met vraag 15

12. Vindt u het centrum van Emmen een aangename omgeving om te verblijven?
- | | | | |
|------|-------|------------------|---------------|
| a ja | b nee | c soms/enigszins | d geen mening |
|------|-------|------------------|---------------|
13. Vindt u dat het centrum van Emmen een bruisende, levendige sfeer heeft?
- | | | | |
|------|-------|------------------|---------------|
| a ja | b nee | c soms/enigszins | d geen mening |
|------|-------|------------------|---------------|
14. Welke omschrijvingen zijn voor het centrum van Emmen van toepassing?
- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| a levendig/saai/nvt | b sfeervol/geen sfeer/nvt |
| c gezellig/ongezellig/nvt | d stedelijk/dorps/nvt |
| e goed/slecht/nvt aanbod winkels | f goed/slecht/nvt aanbod horeca |
| g goed/slecht/nvt aanbod cultuur | h goed/slecht/nvt aanbod evenementen |
15. Kunt u in één woord omschrijven wat volgens u het imago van Emmen is?
- | | |
|------------------------|--|
| a Dierenpark Emmen | b de bosrijke, cultuurhistorische omgeving |
| c de groene, open stad | d industrie |
| e slecht bereikbaar | f Veenkoloniën |
| g anders, nl | |
16. Welke toeristische trekpleisters/evenementen in of vlakbij de gemeente Emmen kent u (naast het Dierenpark Emmen)?
- | | | |
|----------------|----------------------|------------------------|
| a het Veenpark | b Aquarena | c Parc Sandur |
| d Orvelte | e Blues & jazz nacht | f Full colour festival |
| g C'est la vie | h Vlindermarkt | i Rijwielvierdagse |
| j Gouden Pijl | k Huttenheugte | l anders, nl |
17. Wat heeft Emmen volgens u nodig om meer toeristen te trekken en toeristen langer in de stad te houden?
- | | |
|---|------------------------------|
| a ontwikkelen nieuwe grote attractie | d meer evenementen |
| b beter promoten overige bestaande attracties | f mooier/stedelijker centrum |
| c meer cultuur | |
| e meer horeca | |
| g aanbieden arrangementen | |
| h anders, nl | |
18. Heeft u verder nog aanbevelingen of opmerkingen mbt dit onderwerp?

4.2b Resultaten enquête Dierenpark Emmen

Deze enquête is op twee momenten uitgevoerd: op donderdag 6 mei tussen 10.30 uur en 12.30 uur 's ochtends. Op dit moment was het meivakantie⁷ en trok het park veel gezinnen met kinderen. Het is aannemelijk dat het park op een doordeweekse dag in een schoolvakantie ongeveer hetzelfde soort publiek zal trekken als in weekenden, omdat in beide gevallen schoolkinderen vrij zijn.

De tweede keer dat de enquête werd uitgevoerd was op maandagochtend 10 mei tussen 10.00 uur en 12.00 uur 's ochtends. Het was op dat moment geen meivakantie meer. Het publiek bestond toen voornamelijk uit oudere mensen, ouders met kinderen van onder de 4 jaar en groepen kinderen die op schoolreisje waren. Om praktische redenen zijn de begeleiders van de groepen schoolkinderen niet geënuquêteerd.

Voor deze enquête zijn alleen mensen van buiten de gemeente Emmen geïnterviewd. Aangenomen werd dat mensen uit de gemeente Emmen sowieso wel eens een bezoek brengen aan het centrum, omdat Emmen nu eenmaal het voorzieningencentrum van de gemeente is. De dierentuinbezoekers uit de gemeente Emmen hebben daarom de enquête uit bijlage 4.1 moeten beantwoorden. Overigens kwam het overgrote deel van de geënuquêteerde bezoekers van buiten de gemeente Emmen.

Vraag 1:

Uit gemeente Emmen: 8

Uit verzorgingsgebied Emmen: 6

Van buiten verzorgingsgebied Emmen: 43

Totaal aantal geënuquêteerden: 57, waarvan 7 de enquête voor Emmen centrum.

Van de bezoekers van het Dierenpark Emmen komt $(6+8)/(50+7) * 100 = 25$ % uit de gemeente Emmen of het verzorgingsgebied van Emmen

De personen bij wie de enquête van Emmen centrum is afgenomen tellen voor de rest van deze analyse niet mee. Voor deze enquête zijn dus 50 bezoekers ondervraagd die allen niet uit de gemeente Emmen kwamen.

Vraag 2:

9 ondervraagden verbleven meerdere dagen in Emmen of omgeving, dit is 18%.

Vraag 4/5⁸:

De antwoordencombinatie bij resp. 4 & 5 met a & a of b & a, is de combinatie volwassene(n) met kind(eren), de antwoordencombinatie c & a of d & a is de combinatie oudere(n) met kind(eren). Het is aannemelijk om er vanuit te gaan dat dit in het overgrote deel gaat om ouders die met kinderen het park bezoeken, of grootouders die met kleinkinderen het park bezoeken, dus vandaar dat in het vervolg van de combi ouder/kind of grootouder/kind zal worden gesproken.

Antwoordencombi a & a of b & a kwam 31 maal voor, c & a of d & a kwam 7 keer voor⁹. 62% van de ondervraagden waren ouders die met hun kinderen het park bezochten, 14 % van de

⁷ Schoolagenda 2003-2004 (2003). Wolters-Noordhoff, Groningen. Meivakantie loopt in 2003-2004 op alle basisscholen in Nederland van 30 april t/m 9 mei.

⁸ Vraag 3 is weggelaten bij het invoeren van de gegevens, omdat bij het afnemen van de enquêtes veelal meerdere personen antwoorden gaven.

⁹ Het is een paar keer voorgekomen dat de combinatie a/b en c/d & a werd geïnterviewd. Het betrof dan een familie waarbij kinderen, ouders en grootouders gezamenlijk het park bezochten, deze combinatie is gewoon ondergebracht bij hetzij a/b & a of c/d & a, afhankelijk van of de grootouder of de ouder werd geïnterviewd.

ondervraagden waren grootouders die met kleinkinderen het park bezochten. In driekwart (76%) van de gevallen werd het park dus bezocht door ouders/grootouders met kinderen (de groepen schoolkinderen zijn hierbij buiten beschouwing gelaten).

Vraag 6:

Drieëndertig ondervraagden (66 %) kwamen minder dan eens in de twee jaar in de dierentuin. Zeven ondervraagden (14%) kwamen vaker dan eens per jaar in het park, vaak ging het hier om mensen, die een abonnement op het park hadden en wel 4 tot 8 keer per jaar een bezoek brachten aan het park.

Vraag 7:

Zes ondervraagden lieten zich negatief uit over het feit dat het Dierenpark Emmen in centrum van Emmen is gelegen, in de meeste gevallen vonden de ondervraagden het een gemis dat er op deze centrumlocatie geen (goede) parkeergelegenheid vlakbij het park is en dat ze zo ver moesten lopen om de ingang te bereiken. Veertig ondervraagden vonden het positief dat het dierenpark in het centrum van Emmen is gelegen. Vier ondervraagden hadden geen mening over het feit dat het park in het centrum ligt. Van de ondervraagden liet 80% zich positief uit over het feit dat het Dierenpark Emmen in het centrum van Emmen staat.

Vraag 8 t/m 11¹⁰:

Vierentwintig ondervraagden, dus bijna de helft (48 %), hadden nog nooit een bezoek aan het centrum van Emmen gebracht. Hiervan was slechts één persoon van plan om dat na het bezoek aan de dierentuin nog wel te doen, vier personen twijfelden nog. Vijftien ondervraagden wilden na het bezoek aan het park niet een bezoek aan het centrum van Emmen brengen. De belangrijkste redenen waren: geen behoefte aan en geen tijd ivm lange reis. In 3 gevallen waren de kinderen de belangrijkste reden om af te zien van een bezoek aan het centrum.

Opvallend was dat geen van de ondervraagden die geen bezoek aan het centrum wilden brengen als reden opgaf dat het centrum niet mooi was. Dit kan meerdere redenen hebben: 1 - bezoekers kennen het centrum niet en kunnen daarom niet beoordelen om het mooi of lelijk is; 2 - bezoekers vinden dat Emmen een leuk centrum heeft, maar dat het niets toevoegt aan wat ze al in andere stadscentra tegenkomen (maw Emmen is niet uniek). Dit kan zijn verwoord met de uitspraak 'geen behoefte aan'; 3 - bezoekers geven impliciet aan met de uitspraak 'geen behoefte aan' dat ze het centrum niet mooi vinden; 4 - bezoekers geven geen eerlijk antwoord omdat ze bang zijn om de enquêteur te beledigen en antwoorden daarom politiek correct dat ze er 'geen behoefte aan' hebben.

De laatste twee mogelijke redenen lijken niet voor veel ondervraagden op te gaan. Op de vraag: *Zou u wel een bezoek brengen aan het centrum van Emmen als het een meer bruisende en levendige sfeer zou hebben* antwoordde namelijk slechts één persoon ja.

Vraag 12 t/m 14:

De vragen 12 en 13 werden gesteld aan de personen die wel eens een bezoek hadden gebracht aan het centrum van Emmen, dit betrof 26 personen. Iets meer dan de helft van de ondervraagden (52 %) had dus wel eens een bezoek aan het centrum van Emmen gebracht. Van deze personen vonden 22 (85%) het centrum van Emmen een aangename omgeving om te verblijven, 3 vonden dit soms en 1 had hier geen mening over. Opvallend is dat geen enkele ondervraagde het centrum van Emmen een niet aangename omgeving vond om te verblijven. Twaalf personen (46 %) vonden dat het centrum van Emmen een bruisende, levendige sfeer had, zeven personen (27%)

¹⁰ De gegevens bij deze vragen zijn in enkele gevallen niet compleet, omdat er na vraag 8 of 9 niet is doorgevraagd. Desondanks is er toch een goed beeld ontstaan van waarom sommige dierentuinbezoekers geen bezoek aan het centrum van Emmen brengen.

vonden dit niet, twee personen vonden dat dit soms het geval was en vijf personen hadden hier geen mening over. De antwoorden op deze vraag moet overigens niet te letterlijk worden geïnterpreteerd, want veel ondervraagden baseren hun indruk op één of enkele bezoeken aan het centrum en zouden toevallig juist een heel drukke of heel rustige dag kunnen hebben uitgezocht om het centrum te bezoeken. Hun beeld van de levendigheid van het centrum van Emmen hoeft dus niet overeen te komen met de werkelijke situatie.

Op de vraag: *welke omschrijvingen zijn voor het centrum van Emmen van toepassing*¹¹ werd opvallend vaak geantwoord dat het centrum 'levendig, sfeervol en gezellig' is (10 van de 21 ondervraagden)¹². Ook werd een aantal keer als antwoord 'geen mening' in combinatie met 'levendig, sfeervol of gezellig' gegeven (7 van de 21 ondervraagden). Slecht één ondervraagde vond het centrum van Emmen 'saai, geen sfeer en ongezellig'. In het algemeen kan gesteld worden dat de bezoekers van het Dierenpark Emmen die ook wel eens een bezoek aan het centrum hebben gebracht een positieve indruk van het centrum hebben.

Vraag 15:

Dertig van de vijftig ondervraagden (60 %) vonden dat het imago van Emmen het meest werd bepaald door het Dierenpark Emmen. Dit opvallend hoge percentage hoeft niet representatief te zijn voor wat het imago van Emmen voor de gemiddelde Nederlander is, omdat het voor de hand ligt om te veronderstellen dat personen die een dagje een attractie bezoeken, het imago van de plaats die ze bezoeken in verband brengen met de attractie. Het duidt echter wel sterk op de mono attractiviteit van Emmen, temeer nog vanwege het feit dat veel bezoekers geen enkele andere attractie in of bij Emmen kenden. Een soortgelijke vraag over Amsterdam stellen bij de ingang van Artis had waarschijnlijk een heel andere uitkomst opgeleverd. Andere antwoorden, zoals 'slecht bereikbaar', 'mooie omgeving', 'gezellig' of 'veel industrie' werden slechts één of enkele malen gegeven.

Vraag 16:

Het viel op dat veel bezoekers van het Dierenpark Emmen naast de dierentuin weinig tot geen attracties of evenementen in of vlakbij Emmen kenden. Van de ondervraagden konden 24 (48 %) personen geen enkele andere attractie of evenement opnoemen. De meest bekende attracties zijn het Veenpark (22 %), Orvelte (12 %), Aquarena, Parc Sandur en de Huttenheugte (alledrie 8%). Elk evenement werd hooguit één keer genoemd.

Vraag 17:

Na afloop van de enquête kan worden gesteld dat vraag 17 nauwelijks bruikbare resultaten heeft opgeleverd. De bezoekers van de dierentuin kennen Emmen vaak zeer slecht en hebben dientengevolge ook geen goed beeld van wat Emmen zou kunnen doen om toeristen te trekken en toeristen langer in de stad te houden. Slechts 15 ondervraagden (30%) kon een antwoord geven op deze vraag, daarom zijn de antwoorden niet aan een nadere analyse onderworpen.

Vraag 18:

Enkele personen hadden nog aanbevelingen mbt dit onderwerp. Drie personen vonden dat Emmen juist niet meer toeristisch moet worden en drie vonden dat de parkeerplaats te ver van het park is gelegen

¹¹ In deze analyse worden alleen vraag 14a t/m d besproken. Antwoorden e t/m h worden niet besproken, omdat het voorzieningen betreffen die vooral voor de eigen bevolking nuttig zijn.

¹² Bij 4 enquêtes is deze vraag niet juist gesteld en deze zijn daarom niet verwerkt in de analyse.

Bijlage 4.3 Sterke en zwakke punten van het huidige toeristisch product in de gemeente Emmen

Sterke punten:

- Het Noorderdierenpark met ruim 1,5 miljoen bezoekers
- Goede ontsluiting, met name na de afronding van de verdubbeling van de N37
- Voldoende potentieel op het gebied van waterrecreatie
- (Boven)regionaal voorzieningenniveau van de stad Emmen
- Strategische ligging ten opzichte van Noord-Nederland, Overijssel en Duitsland
- Vele evenementen, zoals de Fietsvierdaagse en de Vlindermarkten
- Cultuurlandschap met vele hunebedden, essen, Saksische boerderijen en in het algemeen een afwisselend landschap
- Cultuurhistorie, terug te vinden in het veenkoloniale landschap (Het Veenpark)
- Goede bereikbaarheid met openbaar vervoer en auto
- Dicht netwerk van plattelandswegen (ontsluiting buitengebied)
- Breed netwerk van recreatieve fiets-, wandel- en ruiterspaden
- Samenwerking door middel van een toeristisch platform
- Rust en ruimte in het buitengebied

Zwakke punten:

- Weinig aanbod van verblijfsaccommodaties
- Het aantal overnachtingen is zeer laag (slechts 2 % van alle overnachtingen in Drenthe)
- Weinig profilering met cultuurtoerisme
- Veenkoloniaal gebied wordt door wandelaars en fietsers niet aantrekkelijk gevonden
- Weinig musea of andere toeristische attracties
- Gering aantal toeristisch-recreatieve ondernemers
- Een matige en eenzijdige toeristisch-recreatieve infrastructuur
- Beperkte ontsluiting over het water voor (kleine) recreatievaart
- Café's en herbergen met een bijzondere atmosfeer en typisch regionaal aanbod ontbreken veelal
- Kleinschalig toeristisch aanbod door versnippering

Bron: Gemeente Emmen (2001), Toeristisch Recreatief Ontwikkeling Plan (TROP) Emmen

Bijlage 4.4 De ontwikkeling van het centrum van Emmen

4.4a Het centrum van Emmen

Tot aan de tweede wereld oorlog was Emmen een klein esdorp (zie afbeelding op pagina 20). Het dorp was het bestuurlijk en regionaal centrum van Zuidoost Drenthe. Emmen was enerzijds een renteniersdorp, aantrekkelijk gelegen op de zuidelijkste uitloper van de Drentse Hondsrug tussen de eeuwenoude essen aan de westzijde en de veengronden aan de oostkant van het dorp. Anderzijds was er in de regio Zuidoost Drenthe veel armoede. De moerassen ten oosten van het dorp waren decennialang veenontginningsgebieden geweest, maar na de eerste wereldoorlog liep de veenafgraving op zijn laatste benen en hierdoor ontstond er tijdens het interbellum veel werkloosheid. Tijdens werkverschaffingprojecten in de jaren '30 zijn er dan ook omvangrijke bosgebieden, zoals de Emmerdennen, in de omgeving van Emmen aangeplant (Huygen, 1995).

De sterk stijgende werkloosheid was niet het enige probleem, de geïsoleerde ligging maakte Emmen en haar regio ook nog eens zeer onaantrekkelijk voor bedrijven om zich te vestigen. De problemen werden al voor de tweede wereldoorlog door de overheid onderkent en er werd een plan gemaakt (plan Verdinius, 1941). In 1935 werd het Noorderdierenpark geopend en deze dieren trok in de zomermaanden voor de oorlog al tienduizenden bezoekers (Hidding, 1995). Verdinius zag dan ook kansen om Emmen te laten uitgroeien tot “plezierig aandoend woon- en recreatiecentrum”(Huygen, 1995, p 19) en zijn plan kent verder een consoliderend karakter (Huygen, 1995).

Na de oorlog wordt de regio door de Rijksoverheid, in het kader van het streven naar een meer gelijke spreiding van werk en welvaart over Nederland, aangewezen als ontwikkelingsgebied voor de industrialisering (gemeente Emmen, 2003). Dit resulteert in de komst van de AKU kunstvezels fabriek in 1950 en andere industrieën. Door de komst van de industrie wordt het overschot aan arbeidskrachten veranderd in een tekort aan arbeidskrachten en moet de gemeente nieuwe werknemers uit andere delen van het land werven. Het plan van Verdinius, dat gericht was op consolidatie van de bestaande situatie in Emmen is niet meer relevant, want Emmen moet uitgroeien tot een stad. De opvattingen van de in Emmen werkzame architecten veranderen daarmee ook. In Emmen wordt niet langer dorps en traditioneel gebouwd, maar modern en er moeten stadse voorzieningen en infrastructuur komen. Omdat Emmen zeer snel groeit, neemt de gemeente een aantal echte stedenbouwkundigen in dienst, waaronder Niek de Boer, die de leiding krijgt en in Emmen faam verwerft. Het concept van de *open groene stad* wordt ontwikkeld en de in de jaren '60 en '70 ontworpen wijken Angelslo, Emmerhout en Bargeres wekken de belangstelling van stedenbouwkundigen in binnen- en buitenland¹³ (Huygen, 1995).

¹³ Er is veel literatuur over de uitbreidingswijken van Emmen en het *groene, open stad concept* verschenen, bijvoorbeeld: Nannen, Anne Marie (2000), *Emmen groeit!: de veranderingsprocessen in de sociale woningbouw in Emmen*; Cusveller, Sjoerd (1997), *Emmen revisited: nieuw perspectief voor de naoorlogse woonwijken*; Huygen, Peter (1995), *Emmen: de bouw van een aangename stad in het groen*; Voet, Dorothe (1992), *Emmen: een modelstad op menselijke maat*



Afbeelding: Emmen Centrum omstreeks 1950, gezien vanuit het zuiden. (Bron: Gemeentearchief gemeente Emmen)

De sterke visie die ontwikkeld wordt voor de uitbreidingswijken staat in eerste instantie in schril contrast met de aandacht voor het centrum. In 1955 wordt door stedenbouwkundige Naber een plan voor het centrum gemaakt, maar dit plan is te kleinschalig en daarom al snel achterhaald. Het wordt dan ook niet uitgevoerd. In de jaren '50 ontstaat er een strijd tussen Rijkswaterstaat en Emmen over het tracé van de rijksweg Groningen-Zwolle. De gemeente Emmen wil dat het tracé langs het oude dorp loopt, zodat de kern en het industrieterrein optimaal bereikbaar zijn. Rijkswaterstaat wil de weg juist een paar kilometer ten westen van de stad aanleggen. De gemeente trekt in deze strijd aan het kortste eind en besluit haar doelen alsnog te verwezenlijken door de Hondsrugweg tegen het centrum aan te leggen (Huygen, 1995).

In de jaren '60 wordt het centrum uitgebreid op basis van ideeën van Niek de Boer. Hij maakt het plan voor het winkelcentrum de Weiert, dat grotendeels wordt uitgevoerd. Volgens de Boer vraagt de sterk in belang toegenomen streekvoorzienende functie van Emmen om een "centrum met allure en gezelligheid". De bereikbaarheid moet optimaal zijn door de aanleg van brede verkeersaders en parkeerplaatsen. Daarnaast moeten "smalle straten en intieme pleintjes voor sfeer van gezelligheid zorgen" (Huygen, 1995, p 75).

De plannen van Niek de Boer hebben succes opgeleverd. In het winkelcentrum de Weiert, dat op grotendeels onbebouwde grond werd gerealiseerd, vestigden zich al snel allerlei landelijke ketens (zoals de V&D) en het winkelcentrum gaf Emmen wat meer allure. Er waren echter ook tegenslagen: zo wilde de NS het station in Emmen niet verplaatsen naar een beter bereikbare locatie en werden het politiebureau en het gemeentehuis aan de westkant van de Hondsrugweg

gebouwd, waardoor ze een geïsoleerde ligging en opzichte van het centrum kregen (Huygen, 1995).

Hoewel het oude dorpscentrum (Centrum Noord) nog redelijk lang functioneerde in de snel groeiende stad, begon Emmen zich meer en meer te realiseren dat er op den duur grootschalige veranderingen moesten komen. In 1971 wordt er een reconstructieplan gemaakt voor het hele centrum, waarbij het uitgangspunt is dat het centrum een compact stedelijk karakter zal krijgen. Dit plan is slechts halfslachtig uitgevoerd, zodat er nu een onevenwichtig stadsbeeld is ontstaan, waarbij moderne flats naast traditionele lage burgerwoningen staan (Huygen, 1995).

Anno 1981 heeft Emmen weliswaar een modern winkelcentrum met een breed aanbod aan winkelveorzieningen, een gezellige stadse sfeer ontbreekt nog steeds. Het centrum wordt omschreven als “saai, eentonig, kil, winderig en niets te beleven” (gemeente Emmen, 1981, p. 25). In het begin van de jaren tachtig wil het gemeentebestuur het centrum aantrekkelijker en gezelliger maken. Om dat te bereiken moet vooral Centrum Noord verder ontwikkeld worden. In de jaren '80 wordt daarom het Noorderplein ontwikkeld (gemeente Emmen 1981) en daarnaast wordt in de jaren '90 het plan *stadsvloer* gelanceerd om het centrum autovrij te maken en wat gezelliger aan te kleden (Huygen, 1995). Deze plannen en ingrepen hebben successen opgeleverd, de waardering voor het centrum is omhoog gegaan (Kenniscentrum Drenthe, 2001).

Wanneer het noordelijke deel van het centrum de opknopbeurt achter de rug heeft, wordt het inmiddels verouderde winkelcentrum de Weiërt geherstructureerd. Van 1998 tot 2001 heeft het een grondige verbouwing ondergaan. Aan de noordkant is de Vlinderpassage gebouwd en aan de zuidkant is ook een flink stuk bijgebouwd. Bovendien is een deel van het oude Weiërtcomplex overdekt gemaakt¹⁴ (Kenniscentrum Drenthe, 2001). Daarnaast lijkt met de verhuizing van een deel van het Dierenpark Emmen naar de Es het aloude taboe op het bouwen op de Es deels te worden losgelaten.

4.4b De geschiedenis van het Dierenpark Emmen

Het Dierenpark Emmen opende haar deuren onder de naam Noorderdierenpark op hemelvaartsdag 1935 in de tuin van de familie Oosting. Het Noorderdierenpark was een particuliere onderneming, die met behulp van familiekapitaal door Willem Oosting was opgericht. Vanaf het begin was het een goed lopende attractie: het bezoekersaantal overtrof alle verwachtingen, waardoor de dierentuin in 1938 naastgelegen gronden kon aankopen en uitbreiden (Hidding, 1995).

Na de tweede wereldoorlog brak een echte bloeitijd aan. In topjaren trok het park 250.000 bezoekers per jaar en het was daarmee de grootste trekpleister van Noord-Nederland. Eind jaren '60 begonnen de bezoekersaantallen echter terug te lopen, o.a. doordat er meer concurrentie kwam van andere attractieparken en het publiek steeds kritischer werd. Omdat er minder inkomsten waren kon het park minder investeren in nieuwe attracties. Bovendien kreeg de dierentuin geen overheidssubsidie omdat het een particulier familiebedrijf was (Hidding, 1995).

In 1970 besloot de gedesillusioneerde Willem Oosting het park voor de helft aan de gemeente Emmen te verkopen en namen zijn dochter Aleid en haar man Jaap Rensen de directie van het park over. Dit betekende de start van een ongekende comeback van het park. Door de overname van de helft van de aandelen door de gemeente was er weer investeringskapitaal en voortaan stond de gemeente garant voor de leningen die het park aanging. Het hele park werd gereorganiseerd. Educatie moest het hoofddoel van het park worden en het park werd geografisch ingedeeld in werelddelen in plaats van in diergroepen (wat destijds gebruikelijk was).

¹⁴ De Weiërt was voor de renovatie halverwege de jaren '90 niet overdekt.

Omdat de transformatie nogal ingrijpend en duur zou zijn werd zij in fasen uitgevoerd. Vanaf 1970 tot 1995 zijn elke winter enkele onderkomens vervangen, met als resultaat dat het park anno 1995 een totaal andere indeling en aanzien heeft. In deze periode steeg het aantal bezoekers van 200.000 in 1970 tot 1,7 miljoen in 1995 (Hidding, 1995). Het park werd zo succesvol dat het te klein werd om op het huidige centrum locatie gehandhaafd te blijven. In de jaren '80 realiseert de gemeente zich dat er in de toekomst wellicht een uitbreidingslocatie voor het park moet komen (gemeente Emmen, 1987). In de jaren '90 beginnen de voorbereidingen voor de aanleg van een uitbreiding op de Noord-Bargerres, die in 2000 wordt geopend.

De verwachting was dat de bezoekersaantallen door de opening van de nieuwe dependance op de Es nog verder zouden stijgen en dat dit ook voor extra dagrecreanten in Emmen zelf zal zorgen (gemeente Emmen, 2001a). De bezoekersaantallen lopen echter in de jaren hierna terug. Trok het park in 1998 nog 1,7 miljoen bezoekers, in 2001 en 2003 trekt het park respectievelijk nog maar 1,4 en 1,5 miljoen bezoekers (Provincie Drenthe, 2004; Dagblad van het Noorden, 2004).

Volgens de gemeente Emmen (2004, zie bijlage 8.1) zijn er drie oorzaken aan te wijzen voor de recente daling van de bezoekersaantallen van de in de lente van 2004 tot *Dierenpark Emmen* omgedoopte dierentuin:

1. De economische recessie: het Dierenpark Emmen is een attractie die veel gezinnen met kinderen trekt. Vooral voor dit type bezoekers is het bezoek van een attractiepark duur, omdat er voor het hele gezin kaartjes moeten worden gekocht en eventueel ook nog eten en drinken in een horecagelegenheid. Als mensen het even wat minder breed hebben, worden dergelijke uitgaven vaak als eerste geschrapt (ze kunnen immers ook een dagje fietsen of naar het strand).
2. Daarnaast heeft de dierentuin erg te lijden gehad van de MKZ crisis. Veel dieren moesten in quarantaine worden gebracht, waardoor bezoekers ze niet konden zien. Ook moesten mensen bij de ingang over ontsmettingmatten lopen, wat natuurlijk ook niet echt uitnodigend werkt.
3. Er is veel concurrentie bijgekomen van nieuwe attracties zoals Bataviastad of attracties die sterk zijn uitgebreid, zoals Six Flags.

Bijlage 4.5 Beleid ten aanzien van levendigheid en samenhang

De actualiteiten met betrekking tot de levendigheid en samenhang in het centrum en het onderwerp leisure zijn niet nieuw. Ook in het verleden heeft de gemeente getracht haar centrum gezelliger te maken, de samenhang tussen het centrum en het dierenpark te vergroten en toerisme en recreatie te stimuleren. In deze bijlage wordt aan de hand van twee centrumnota's het beleid van Emmen door de jaren heen beschreven. Daarna zal kort worden beschreven hoe de zaken, die in de vroegere nota's als probleem en doel werden geformuleerd er nu voor staan en vervolgens wordt aan de hand van de huidige situatie geanalyseerd in welke opzichten het oude beleid geslaagd en gefaald is/heeft en worden (waar mogelijk) de oorzaken van dit falen/slagen uiteengezet. De doelen uit het Masterplan Emmen centrum 2020 worden hier niet besproken, omdat die in bijlage 5.1 worden toegelicht.

4.5a Structuurnota Emmen-centrum, 1981

Uit een beschrijving van de belevingswaarde van Emmen-centrum blijkt dat het centrum anno 1981 als 'saai, eentonig, kil, winderig en niets te beleven'(gemeente Emmen, 1981, p 25) wordt ervaren. Door het schrijven van een structuurnota voor het centrumgebied maakt de gemeente Emmen duidelijk reeds in 1981 haar centrum aantrekkelijker en levendiger te willen maken.

In deze nota geldt als beleidsuitgangspunt voor het kerngebied¹⁵ dat er een verscheidenheid aan functies moet zijn en dat deze functies onderling sterk met elkaar verweven moeten zijn. Tevens moet het kerngebied een compact gebied zijn, waar alle functies zich op loopafstand van elkaar bevinden. Om dit te realiseren is het onvermijdelijk dat het ruimtegebruik intensiever zal worden. Om de belevingswaarde van het centrum te vergroten, wil de gemeente het groene karakter van het centrum versterken en zorg dragen voor een overzichtelijke maatvoering van gebouwen en openbare ruimte, zodat deze als gezellig en veilig wordt ervaren.

De gemeente ziet een belangrijke rol weggelegd voor vrijetijdsactiviteiten teneinde de aantrekkelijkheid en levendigheid van het centrum te vergroten. Zij wil de levendigheid in het centrum (vooral 's avonds) bevorderen door de horeca- en amusementsector te versterken. De positie van het Noorderdierenpark moet worden uitgebouwd en het park moet meer bij het centrum worden betrokken. "De ligging 'hartje stad',...maakt dat deze unieke functie...in beginsel een zeer essentiële bijdrage zou kunnen leveren aan de levendigheid van het Emmense centrum" (gemeente Emmen, 1981, p 34).

De positie van Centrum Noord moet worden versterkt, vooral de Noordwest kant (waar nu o.a. het Noorderplein is) moet worden ontwikkeld. Het Marktplein moet gaan functioneren als een 'integratiezone' tussen de Weiert en Noord. Het plein moet zowel functioneren als brandpunt van levendigheid, door het concentreren en versterken van de horeca rond het plein, maar ook als 'rustpunt' en sociale ontmoetingsplaats. Vooral op en rond het Marktplein moet het groen behouden en waar mogelijk versterkt worden.

¹⁵ Noord, Marktplein en de Weiert plus de Wilhelminastraat als aanloopgebied.

4.5b Masterplan Ontwikkeling Emmen-centrum, 1992

De gemeente gaat ervan uit dat recreatie een belangrijke economische pijler wordt voor Zuidoost Drenthe. Er wordt dan ook veel aandacht besteed aan toerisme en recreatie in deze nota. Het Noorderdierenpark is het gezicht van Emmen, maar trekt voornamelijk dagrecreanten, vandaar dat in dit masterplan ideeën zijn ontwikkeld om alternatieve dagattracties te realiseren.

De hoge bezoekersaantallen van het Noorderdierenpark zorgen in de zomer in de weekenden voor veel levendigheid in het centrum van Emmen, maar 's avonds en in de winter (wanneer het park minder bezoekers trekt) is het centrum een stuk minder levendig. Ondanks de pogingen om Noord en de Weiert als een meer samenhangend geheel te laten functioneren, bestaat er nog steeds een tweedeling tussen de twee winkelgebieden. Het streven om de twee delen te verenigen wordt losgelaten, de structuren zijn te verschillend. In plaats daarvan is het beter om de Weiert en Noord als complementaire gebieden te laten functioneren.

Een belangrijk doel is het stimuleren van het toerisme. Omdat dit voor een grotere spin-off naar het centrum zorgt, heeft de middenstand hier meer profijt van en versterkt het de levendigheid van het centrum ook op andere tijden. Het toerisme kan worden versterkt als er meerdere landelijke dagattracties zijn in Emmen. Hierbij kan gedacht worden aan een attractie in het verlengde van het Noorderdierenpark (bv een safaripark) of een meer cultuurhistorisch getinte attractie (bv een openlucht museum). Ook wordt ingezet op het versterken van de stedelijke recreatie voor de regio (bv het recreatief winkelen) en het versterken van de culturele voorzieningen, omdat die bijdragen aan de levendigheid buiten de winkeluren en het toeristische seizoen. In elk geval moet er een 'elk weer' aanbod ontwikkeld worden, zodat Emmen ook op minder mooie dagen, wanneer het Noorderdierenpark niet trekt, voor recreanten en toeristen aantrekkelijk is om te verblijven.

Ook in dit plan is weer een belangrijke rol weggelegd voor het Marktplein. Enerzijds blijft het zijn rol behouden als doorgangsgebied tussen Noord en de Weiert, maar anderzijds moet het ook de plek worden waar de bezoekers van de landelijke attracties (Noorderdierenpark en eventueel nieuwe te ontwikkelen trekkers) en de regionale trekkers (o.a. het winkelcentrum) samenkomen. Het Marktplein moet een brandpunt van verschillende functies worden. In Noord wil de gemeente de Westerstraat opwaarderen en een meer integraal onderdeel van het centrum laten uitmaken.

4.5c Situatie anno 2004

Anno 2004 is een aantal problemen uit de besproken nota's sterk verbeterd. Er zijn echter een aantal problemen die nog steeds spelen. Daarnaast heeft de gemeente haar ambities ook verhoogd, nadat zij in 1998 een GSB-gemeente werd. Hierdoor zijn sommige doelen die in vorige nota's al naar voren werden gebracht nu nog steeds actueel (gemeente Emmen, 2001a, 2002a)

In 1981 werd het centrum door de gemeente als 'saai, eentonig, kil, winderig en niets te beleven' omschreven. Anno 2004 zijn de Emmenaren, zo blijkt uit meerdere bronnen juist overwegend positief over hun centrum en ook tijdens het enquêteren wezen veel mensen erop dat er 'veel is verbeterd' de afgelopen jaren. Meer dan de helft van de bezoekers omschrijft het centrum als 'gezellig, sfeervol en levendig'. Er kan dus geconcludeerd worden dat de gemeente erin geslaagd is om de belevingswaarde van het centrum te vergroten.

Zowel in 1981 als in 1992 is er een belangrijke rol weggelegd voor het Marktplein, dat moet functioneren als ontmoetingspunt en integratiezone voor de verschillende delen en bezoekers van het centrum. In 1981 wordt als doel gesteld: het plein moet zowel functioneren als brandpunt van levendigheid, door het concentreren en versterken van de horeca rond het plein, maar ook als rustpunt en sociale ontmoetingsplaats. Anno 2004 is de noordoostkant van het plein

het horecacentrum van Emmen en wordt het door de Emmenaren beschouwd als de meest aangename en gezellige plek van het centrum. Dit doel is dus ook bereikt.

Een belangrijk doel uit het masterplan van 1992 was het 'stimuleren van het toerisme'. Uit cijfers van de Provincie Drenthe (zie paragraaf 4.2) is gebleken dat het toerisme door de ontwikkeling van het bungalowpark *Parc Sandur* de afgelopen 5 jaar sterk is gestegen, maar of dit effect heeft gehad op de samenhang tussen het dierenpark en het centrum is niet bekend.

Twee andere doelen uit de nota's van '81 en '92: 'Emmen Centrum Noord moet gezelliger worden' en 'de levendigheid 's avonds moet vergroot worden' komen anno 2004 nog steeds als problemen naar voren. Uit de meerdere bronnen komt naar voren dat bezoekers Centrum Noord en dan met name het Noorderplein nog steeds geen aangename, gezellige omgeving vinden en dat veel mensen Emmen 's avonds nog steeds ongezellig en doods vinden.

De gemeente wil ook al jaren lang de samenhang tussen het centrum en het dierenpark vergroten ('81 en '92) en de recreatieve functie van het centrum vergroten ('81 en '92). Het is niet mogelijk te beoordelen in hoeverre de gemeente de afgelopen jaren erin is geslaagd om deze doelen te verwezenlijken, omdat cijfermateriaal uit de jaren '80 en begin jaren '90 ontbreekt. De gemeente Emmen (2004, zie bijlage 8.1) wijst erop dat deze doelen opnieuw worden gesteld, enerzijds omdat Emmen haar eigen ambities heeft verhoogd nu zij een GSB status heeft gekregen en omdat het belang van leisure de afgelopen jaren is toegenomen. Anderzijds heeft de gemeente in het verleden geen consistente lijn gevoerd bij het verwezenlijken van deze doelen en heeft ze te weinig samengewerkt met de private partijen in de toeristisch-recreatieve sector. De gemeente Emmen (2003) stelt dan ook dat de benadering van de stad als één toeristisch product nog ontbreekt.

Bijlage 5.1 De ambities van Emmen

Deze bijlage is onderverdeeld in drie delen. Eerst worden de ambities in hoofdlijnen beschreven zoals geformuleerd in de strategienota *Emmen, een vernieuwde formule* en de GSB-kadernota *Emmen kiest voor mens en werk*. Vervolgens worden aan de hand van het *TROP* de ambities op het gebied van leisure in het algemeen en aan de hand van het *Masterplan Emmen centrum* de ambities voor leisure in het centrum beschreven.

5.1a De hoofdambitie

Emmen is vooral een industriestad, maar het belang van de industrie is in de gemeente Emmen, net als elders in Nederland, afgenomen ten opzichte van sectoren als de detailhandel, het toerisme en de zakelijke dienstverlening. Door deze veranderde economische situatie, maar ook als gevolg van de doelstelling uit het *Kompas van het Noorden*¹⁶ en de status van GSB-gemeente heeft de gemeente haar ambities opnieuw vastgesteld. Ze heeft in de strategienota 'Emmen, een vernieuwde formule' haar ambitie als volgt verwoord (Gemeente Emmen, 2001a):

Versterking van de economische structuur door aansluiting, modernisering en diversificatie op basis van het kompas van het Noorden.

Leisure is één van de sectoren die de gemeente verder wil stimuleren teneinde de economie te diversificeren. Emmen heeft kansen op het gebied van leisure. Het imago van de stad is sterk gekoppeld aan het Dierenpark Emmen en er is veel groen en ruimte. De ambities op het gebied van leisure en voor het centrum zijn verder uitgewerkt in twee aparte nota's, namelijk het *Toeristisch Recreatief Ontwikkelings Plan (TROP) Emmen* uit 2001 en het visiedocument *Masterplan Emmen Centrum 2020* uit 2003.

5.1b Ambities voor leisure

De ontwikkeling van leisure wordt in de gemeente Emmen van groot belang geacht vanwege het economisch belang. Het is een kansrijke sector die kan zorgen voor meer werkgelegenheid en een beter imago. Emmen heeft hierbij al een sterke troef in handen in de vorm van de publiekstrekker het *Dierenpark Emmen*, maar de sector als geheel is ondervertegenwoordigd, vooral het toerisme. In het *TROP* heeft de Gemeente Emmen de missie voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme als volgt geformuleerd (Gemeente Emmen, 2001b):

Het ontwikkelen en versterken van de toeristisch-recreatieve sector, rekening houdend met de stedelijke, culturele en natuurlijke elementen, met als doel de economische ontwikkeling te stimuleren en werkgelegenheid te genereren.

De gemeente zet in op een combinatie van stedelijk en ruraal toerisme en wil een aanbod dat zowel aan de behoeften van de eigen bevolking als die van bezoekers kan tegemoet komen. Met

¹⁶ De doelstelling van het Kompas van het Noorden is om de economische achterstand die Noord-Nederland op de rest van het land heeft in te halen. Om dit te realiseren willen de drie Noordelijke provincies tot 2010 een extra groei van 43.000 banen creëren (Gemeente Emmen, 2001a).

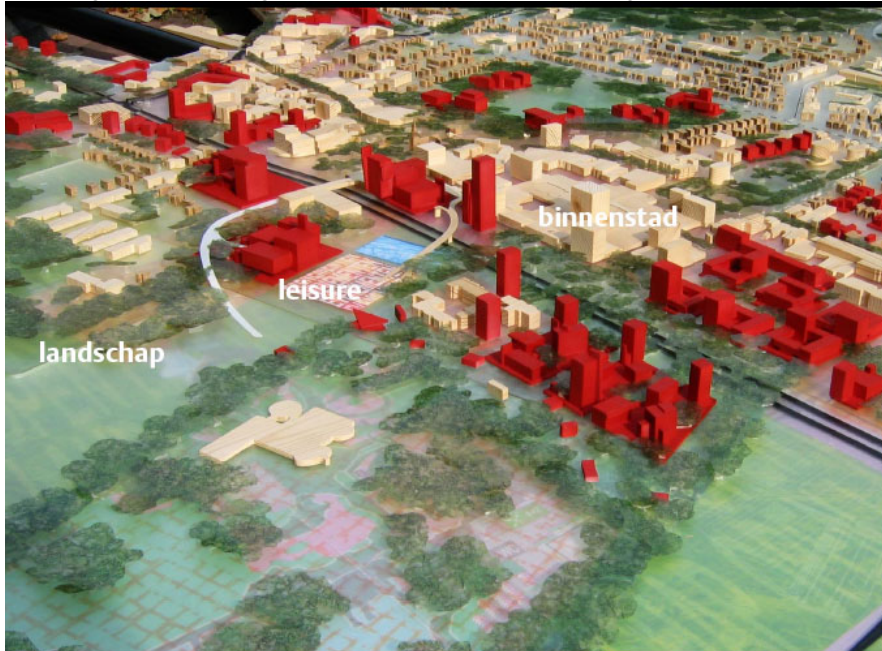
betrekking tot leisure in het centrum zijn de belangrijkste punten die uit het TROP naar voren komen (Gemeente Emmen, 2001b):

- Het verder stimuleren van het stedelijk toerisme en het stedelijk toeristisch aanbod beter op elkaar af stemmen.
- Stimuleren en verder uitbouwen van de evenementen in Emmen.
- Toerisme in Emmen stimuleren en verbeteren van het aanbod aan verblijfsaccommodaties.
- Een integrale promotie van het leisure aanbod in de gemeente. Deze promotie moet in overeenstemming zijn met de promotie van Emmen als aantrekkelijke woon- en werkstad. Er moet een eenduidig imago ontstaan.

5.1c Ambities voor het centrum

De belangrijkste ambitie van de gemeente met betrekking tot leisure in het stadscentrum is het ontwikkelen van een bruisend en levendig stadscentrum. Om dit doel te verwezenlijken moet er in de eerste plaats meer samenhang tussen de verschillende delen van het centrum ontstaan. Daarnaast moet er een grote verscheidenheid aan functies en voorzieningen in het centrum zijn, zoals winkels, horeca en cultuur. Tevens zal het imago van Emmen versterkt moeten worden (Gemeente Emmen, 2003).

Een aantrekkelijk en levendig centrum is een voorwaarde voor het stimuleren van leisure. Een analyse van de gemeente, waarbij de scenario's worden geschetst voor een compacte en verspreide ontwikkeling van het stadscentrum, maakt duidelijk dat een compacte ontwikkeling van het centrum wenselijk is wanneer de gemeente leisure wenst te stimuleren en een bruisend, levendig en samenhangend centrum wil ontwikkelen (gemeente Emmen, 2003).



Figuur bijlage 5.1: de ruimtelijke koppeling van de thema's binnenstad, leisure & landschap. Het centrumgebied blijft in dit model grotendeels gehandhaafd binnen de bestaande grenzen, maar leisure en landschap worden verder ontwikkeld direct ten westen van de Hondsrugweg. De mogelijke nieuwe bebouwing is in rood aangegeven (bron: gemeente Emmen, 2003).

De basis voor de uitwerking van de ontwikkelingsvisie wordt gevormd door de koppeling van de drie thema's 'binnenstad, leisure en landschap' (Gemeente Emmen, 2003, p 69) en hiermee geeft de gemeente aan dat zij de Es direct ten westen van de Hondsrugweg wil betrekken bij het centrum door juist hier nieuwe leisurefuncties te concentreren. Hoe de gemeente de koppeling van deze drie thema's ruimtelijk voor ogen ziet, wordt duidelijk in figuur 5.1. De gemeente bouwt deze ontwikkelingsvisie verder uit middels vijf 'strategische keuzes' (Gemeente Emmen, 2003, p 70):

1. Vertaling van de historie naar de toekomst: de oude (dorps)structuren uit het centrum moeten zichtbaar blijven.
2. Compact centrum, sprong over de Hondsrugweg: de gemeente wil een compact centrum waar nieuwe oost-west verbindingen tot stand komen over de Hondsrugweg
3. Stedelijke uitstraling
4. Mix en clustering van functies
5. Optimaal bereikbaar

De gemeente ziet kansen om Emmen verder te ontwikkelen als toeristenstad. Leisure wordt hierbij in samenhang gezien met centrumstedelijke voorzieningen zoals horeca, cultuur en detailhandel. Leisure zal zich dus enerzijds moeten manifesteren in het huidige centrumgebied, maar anderzijds moet er ruimte voor nieuwe ontwikkelingen zijn in de te ontwikkelen leisurezone ten westen van de Hondsrugweg (gemeente Emmen, 2003).

Bijlage 5.2 Verantwoording criteria en gewichten

De criteria, indicatoren en gewichten zijn vastgesteld op basis van de probleemanalyse van het onderzoek: er is dus gekeken in hoeverre de effecten van de beleidsopties van invloed kunnen zijn op de samenhang en levendigheid in het centrum. De gewichten geven niet het precieze daadwerkelijke belang van de criteria aan, ze geven eerder het relatieve belang van criteria ten opzichte van elkaar aan. De criteria zijn: *ontwikkelings- c.q. optimalisatiemogelijkheden voor het centrum* en *ontwikkelings- c.q. optimalisatiemogelijkheden voor het Dierenpark Emmen*, met de respectievelijke gewichten van 0,80 en 0,20. Bij het ontwikkelen van leisure in het centrum en een meer samenhangend centrum zijn de ontwikkelingen in het centrum zelf erg belangrijk, maar er moet natuurlijk niet vergeten worden dat het dierenpark als belangrijkste publiekstrekker verantwoordelijk is voor een grote toestroom van toeristen en dagrecreanten naar de stad. Als het dierenpark zich niet verder ontwikkelt kan ze de bezoekers niets nieuws laten zien en zullen veel mensen het park niet meer bezoeken. Een lager bezoekersaantal heeft weer een negatieve invloed op de spin-off van het park naar het centrum. Hoewel de gemeente de feitelijke ontwikkelingen in het private park niet kan sturen, kan zij wel invloed uitoefenen op het bezoekersaantal door het faciliteren van voorzieningen en mogelijkheden.

Bij het eerste criterium (het centrum) zijn de *levendigheid* en de *cultuurhistorische waarde* de belangrijkste indicatoren (gewicht = 0,20). De aanwezigheid van het dierenpark heeft veel invloed op het aantal bezoekers en daarmee de levendigheid in het centrum. Daarnaast is de diertuin sterk bepalend voor de identiteit en cultuurhistorische waarde van het centrum en dit speelt een belangrijke rol in de marketing van het toeristisch product Emmen.

Het stimuleren van leisure in Emmen komt voort uit economische motieven (gemeente Emmen, 2001a, 2002a). De *economische effecten en kansen voor de toeristische markt* zijn daarom belangrijke indicatoren (gewicht = 0,15). De indicator economische effecten slaat alleen op de directe economische spin-off naar het centrum (als de totale economische effecten waren geanalyseerd, dan zou het gewicht hoger moeten zijn). Bezoekers van het Dierenpark Emmen geven op jaarbasis zo'n 10 miljoen euro uit in winkels en horecagelegenheden in het centrum van Emmen (Hogeschool Drenthe, 1999). Het dierenpark heeft dus een grote directe economische spin-off naar het centrum. De kansen in de toeristische markt zijn heel belangrijk, maar deze kansen zijn van veel meer aspecten afhankelijk dan van (de locatie van) het dierenpark. Aspecten als promotie, stimuleren van het toerisme en het aanbieden van een breed aanbod zijn ook van belang, dus vandaar dat deze indicator als gewicht 0,15 mee krijgt.

Een aantal indicatoren van het eerste criterium zijn wat minder zwaar meegewogen. De *ruimtedruk in het centrum* en de *ruimtelijke kwaliteit* (gewicht = 0,10) staan of vallen niet met de aan- of afwezigheid van het dierenpark. Er zijn immers nog een aantal andere onbebouwde ruimtes in of vlakbij het centrum zijn die ontwikkeld kunnen worden en de ruimtelijke kwaliteit wordt vooral bepaald door de gebouwen en openbare ruimten in het centrum en veel minder door het dierenpark, dat immers een privaat park is. Ook de *ontwikkelingskosten* zijn met 0,10 gewogen. Hoewel dit niet direct van invloed is op de samenhang en levendigheid in het centrum, speelt het indirect wel mee. De diertuinlocatie in het centrum is veel geld waard, dus als de diertuin weg zou gaan zou het duur zijn om grond te kopen op deze locatie. Dit heeft weer gevolgen voor de functies die er kunnen komen en daarmee de levendigheid en samenhang in het centrum.

Bij het tweede criterium (de diertuin) zijn vooral de *uitbreidingsmogelijkheden* en de *toegankelijkheid per auto* van belang voor de ontwikkelingsmogelijkheden (gewicht = 0,30). Uitbreidingsmogelijkheden zijn van belang, omdat het park hiermee kan inspringen op ontwikkelingen in de markt. Toegankelijkheid per auto is belangrijk, omdat mensen het liefst zo

dicht mogelijk bij de ingang van het park willen kunnen uitstappen, zonder daar heel veel moeite voor te moeten doen en omdat Emmen een echte autostad is waar het openbaar vervoer erg matig is vertegenwoordigd.

De *economische effecten* zijn van belang in verband met het uitbreiden en vernieuwen van het park (gewicht = 0,20). Hoe meer bezoekers het park trekt, hoe meer inkomsten het genereert. Met die extra inkomsten kan het park uitbreiden en nieuwe attracties ontwikkelen, waardoor ze de ontwikkelingen kan volgen en bezoekers steeds iets nieuws kan bieden.

De laatste twee indicatoren zijn minder zwaar gewogen (0,10). Het effect van de *samenhang binnen het park* (1 of 2 locaties) is moeilijk aan te tonen en zal zeker niet heel sterk zijn. *Toegankelijkheid per OV* is (net als per auto) van belang, omdat mensen graag zo dicht mogelijk bij het park willen uitstappen. Emmen is echter een autostad, die bovendien per auto veel beter bereikbaar is dan met het openbaar vervoer.

	Criterion/ indicator	gewicht	gewicht	eindgewicht
a	Ontwikkelingsmogelijkheden centrum	0,80		
1	Ruimtedruk in het centrum		0,10	0,08
2	Ontwikkelingskosten		0,10	0,08
3	Ruimtelijke kwaliteit in het centrum		0,10	0,08
4	Levendigheid/ aantal bezoekers in het centrum		0,20	0,16
5	Identiteit/ cultuurhistorische waarde centrum		0,20	0,16
6	Economische effecten centrum		0,15	0,12
7	Kansen toeristische markt/ unique selling point		0,15	0,12
b	Ontwikkelingsmogelijkheden dierenpark	0,20		
1	Uitbreidingsmogelijkheden		0,30	0,06
2	Toegankelijkheid per auto		0,30	0,06
3	Toegankelijkheid per openbaar vervoer		0,10	0,02
4	Samenhang binnen het park		0,10	0,02
5	Economische effecten Dierenpark Emmen		0,20	0,04

Tabel bijlage 5.2: de gewichten van de criteria en indicatoren

Bijlage 8.1 Interview Luuk van der Velde, gemeente Emmen

**Functie: hoofd afdeling BPU (Beleid, Planning en Uitvoering) van de dienst GTMR (Groen, Toerisme, Milieu en Reiniging)
Maandag 21 – 06 en dinsdag 22 – 06 van 15.30 tot 17.00 uur**

A Beleid en effecten

- 1. In de structuur- en masterplannen voor Emmen Centrum van de afgelopen 20 jaar ('81, '92, '03) komen een aantal problemen en oplossingsrichtingen steeds weer naar voren: Emmen Centrum Noord moet gezelliger worden; de levendigheid moet (vooral 's avonds) vergroot worden; Noord en de Weiert moeten meer als een geheel functioneren; het toerisme moet versterkt worden en het Dierenpark Emmen en centrum moeten meer samenhangend functioneren. In hoeverre zijn deze doelstellingen in de afgelopen decennia gerealiseerd? Waarom komen deze thema's steeds weer terug? Is het wel wenselijk om in de toekomst deze zaken te verbeteren, of kan Emmen zich beter bij sommige zaken neerleggen en geheel andere doelstellingen formuleren met betrekking tot leisure en de dynamiek van haar centrum?**

De problematiek komt in het nieuwe masterplan weer aan de orde, omdat Emmen na de gemeentelijke herindeling tot de 50 grootste gemeenten van Nederland is gaan behoren. Ze heeft nu een GSB status en dit betekent dat ze zich op tal van punten moet heroriënteren. De gemeente werkt nu nadrukkelijker aan een eigen gezicht. Daarnaast is het belang van leisure voor de stedelijke economie de afgelopen jaren steeds groter geworden en moet de gemeente daar op inspelen.

Dit is echter geen afdoende verklaring alle problemen die telkens weer in de plannen worden genoemd.

Wat betreft het stimuleren van het toerisme heeft de gemeente een te weinig consistente lijn gevoerd. De gemeente heeft dit wel herhaaldelijk als doel gesteld, maar er is nooit daadwerkelijk gestuurd om dit doel te bereiken. Er is bijvoorbeeld nooit een meerjarenplan of een plan van aanpak geweest. Op dit punt moet de gemeente meer daadkracht tonen.

De slechte samenhang tussen het Dierenpark Emmen en het centrum komt steeds terug, omdat de gemeente en het park het nooit eens konden worden over hoe ze dit wilden aanpakken. De gemeente werkte vroeger een beetje vanuit een ivoren toren: ze informeerde de burgers en ondernemers alleen. De laatste jaren is dit verbeterd, burgers en ondernemers hebben meer mogelijkheden om in de planvormingsprocessen te participeren. De relatie tussen de dierentuin en de gemeente is de afgelopen jaren een stuk beter geworden.

De andere problemen die in de plannen worden genoemd, zijn in de loop van de jaren wel aangepakt en hier zijn ook resultaten geboekt. Omdat Emmen nu een GSB gemeente is zijn de ambities hoger geworden en vandaar dat er nu nog steeds aandacht voor deze problemen is.

B SWOT analyse Leisure Emmen Centrum

- 1. Wat zijn de sterke en zwakke kanten van het toeristisch-recreatieve aanbod en de sector in Emmen en Emmen-centrum?**
- 2. Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de toeristisch-recreatieve sector in Emmen?**

Zie ook: bijlage 4.3. Luuk noemt er nog een aantal apart:

Sterk: vanwege het Dierenpark Emmen komen er veel mensen in het centrum en is het hier vaak vrij druk en levendig; de bomen op het Marktpllein geven dit plein een uniek karakter.

Zwak: er zijn weinig parkeerplaatsen dicht bij het Dierenpark Emmen (hier is overigens relatief makkelijk een oplossing voor te vinden).

Kansen: de hoge bezoekersaantallen van het park bieden ook *kansen* voor de ontwikkeling van leisure; verder biedt betere samenwerking tussen het dierenpark en de ondernemers kansen.

- 3. In de strategienota ‘Emmen, een vernieuwde formule’ (2001) gaat de gemeente er vanuit dat de dierentuin na het gereedkomen van de uitbreiding op de Es (2000) extra dagrecreanten zal trekken. Uit het rapport ‘Drenthe in cijfers 2003’ van de provincie Drenthe blijkt dat het jaarlijkse aantal bezoekers van het Dierenpark Emmen een daling laat zien tussen 1998 en 2001 van 1,7 naar 1,4 miljoen. Tevens blijkt het aantal banen in de toeristische sector in de gemeente Emmen ook te zijn teruggelopen in die periode (van 1.572 in 1998 en 1.736 in 2000 naar 1.405 in 2002). Hoe komt het dat de praktijk juist een tegengestelde ontwikkeling laat zien ten opzichte van de verwachtingen?**

1. De recessie speelt een belangrijke rol. Het Dierenpark Emmen is een attractie die veel gezinnen met kinderen trekt. Vooral voor gezinnen is het bezoek van een attractiepark duur, omdat er voor het hele gezin kaartjes moeten worden gekocht en eventueel ook nog eten en drinken in een horecagelegenheid. Als mensen het even wat minder breed hebben, worden dergelijke uitgaven vaak als eerste geschrapt (men kan immers ook een dagje fietsen of naar het strand).
2. Daarnaast heeft de dierentuin erg te lijden gehad van de MKZ crisis. Veel dieren moesten in quarantaine worden gebracht, waardoor bezoekers ze niet konden zien. Ook moesten mensen bij de ingang over ontsmettingmatten lopen, wat natuurlijk ook niet echt uitnodigend werkt.
3. Er is veel concurrentie bijgekomen van nieuwe attracties zoals Bataviastad of attracties die sterk zijn uitgebreid, zoals Six Flags.

Hoe zou de gemeente en/of het dierenpark deze ontwikkeling kunnen doorbreken?

1. Betere promotie: zie ook C 4.
2. Een bus- en fietsverbinding van de Huttenheugte naar Emmen en een betere promotie van Emmen daar. Hier zit een groot potentieel aan bezoekers van het centrum en het dierenpark.
3. Er moet meer kennisontwikkeling & samenwerking met het bedrijfsleven en de scholen komen. Door samenwerking met marktpartijen kan de gemeente veel leren over wat de markt wil en wat haar doelen zijn. In Emmen zijn een MBO en HBO afdeling toerisme gevestigd. Met deze opleidingen zou de gemeente meer kunnen samenwerken: onderzoeksstages bij de gemeente, uitvoeren van monitoringsonderzoek, enquêteren.

C Wat wil Emmen en wat zou ze moeten doen

- 1. Het belang van toerisme voor (de groei van) de Emmense economie wordt in alle beleidsstukken onderkend. De belangrijkste doelen voor de toeristische sector van Emmen zijn: 1 - het verbeteren van de samenhang tussen het Dierenpark Emmen en het centrum door het aanbieden van een gevarieerd aanbod aan leisure; 2 – het stimuleren van het toerisme. Wat wil de gemeente doen om het toerisme in Emmen te stimuleren en de bezoekers van het dierenpark langer in de stad te houden?**

Het toeristisch-recreatieve aanbod in een stad of regio is onder te brengen in een piramidevorm, die uit drie horizontale lagen bestaat. De onderste laag zijn de voorzieningen en evenementen op

buurt, wijk en stadsniveau, hierbij valt te denken aan een schoolsportdag, barbecue, rommelmarkt, speeltuinen, stadspark e.d. De middelste laag zijn de evenementen en voorzieningen voor het verzorgingsgebied van de stad/regio. Hierbij valt te denken aan de Emmense festivals zoals Full colour en C'est la Vie, Orvelte en Aquarena, maar ook het centrale winkel en horeca apparaat. De top van de piramide zijn de bovenregionale en landelijke attracties en evenementen. Dergelijke attracties en evenementen hebben landelijke bekendheid. Niet elke regio/stad heeft een dergelijke top. In Emmen is het dierenpark de enige attractie die in de top zit.

Deze piramide moet de basis zijn van het lokale leisurebeleid. Met de top moet de plaats of regio zich profileren en (in ieder geval een aantal) lagere evenementen en attracties moeten hierop aansluiten. Zie ook bijvoorbeeld de ideeën van Coehoorn van Ogilvy. Emmen moet dan ook een goed en doordacht evenementenbeleid voeren.

Er zijn in Emmen echter al een aantal evenementen die vrij veel bezoekers trekken!

Dat is waar, maar de evenementen worden te weinig gepromoot. Veel mensen weten helemaal niet dat er in Emmen een aantal evenementen zijn die veel bezoekers trekken.

Concrete doelen/maatregelen:

1. Een goede promotie: zie C 4
2. Het gemeentelijk beleid en de doorwerking/ uitvoering hiervan moet goed op orde zijn. De interne afstemming van beleid op elkaar moet beter. Tevens moet er een evenementenbeleid komen
3. Om het toerisme te stimuleren zouden er via de VVV arrangementen moeten worden geboden en zou er meer promotie van de stad en regio moeten zijn. Ook zou de stadscamping zich meer op toeristen en korte verblijven moeten richten. Nu staan er nog veel chaletten van mensen uit de stad of omgeving zelf, die vaak voor een lange tijd op de camping staan

Al deze maatregelen kunnen alleen een succes worden als het beleid ook consistent wordt uitgevoerd en bijgesteld wanneer dit nodig is.

2. In hoeverre moeten alternatieve leisure voorziening gericht zijn op het trekken van het dierentuin publiek en in hoeverre moeten ze gericht zijn op het trekken van een ander, nieuw publiek? Waar liggen de beste kansen?

Alternatieve leisure voorzieningen moeten zowel op het dierentuin- als op een nieuw publiek zijn gericht. De gemeente moet enerzijds proberen te profiteren van de bekendheid van het Dierenpark Emmen, maar anderzijds moet zij ook proberen de mono-attractiviteit van de stad op te heffen. Kansen liggen hierbij in het landschap, de rust en de ruimte, maar ook in de combinatie van ruraal en stedelijk toerisme.

3. Moet het accent liggen op het ontwikkelen van nieuwe attracties en voorzieningen of moet het bestaande aanbod beter ingezet worden? Welke nieuwe attracties kunnen er ontwikkeld worden en waar zouden die het beste ontwikkeld kunnen worden? Hoe zou het bestaande aanbod beter ingezet kunnen worden?

Het bestaande aanbod moet beter ingezet worden. Emmen moet niet iets gaan doen dat ook al in andere plaatsen gedaan wordt. Indien er nieuwe attracties of evenementen worden ontwikkeld, moeten die een link hebben met de karakteristieken van Emmen en de regio, het moet namelijk iets authentieks zijn (een multifunctioneel leisurepark is niet authentiek en karakteristiek voor de regio). Gebruik de sterke punten en de dingen die Emmen uniek maken. Nieuw aanbod zou dus gelinkt kunnen zijn aan de dierentuin, aan de cultuurhistorie van Zuidoost Drenthe (Essen, Veen, Hunebedden), maar ook bijvoorbeeld ligging vlak bij de grens: dit zouden bijvoorbeeld avonturenuitsjes kunnen zijn, zoals een smokkel- of oorlogsspel of een Veentocht. Dergelijke avonturentochten sluiten ook aan bij de karakteristieken van het publiek dat nu naar Emmen trekt voor de dierentuin (gezinnen, schoolklassen).

4. Hoe kan Emmen haar centrum beter promoten en welke rol is er in die promotie voor het dierenpark weggelegd?

1. Voor de promotie van een centrum is de uitstraling van een centrum belangrijk. Een schoon, netjes en veilig centrum is een pluspunt voor een stad (het centrum is immers het visitekaartje van een stad). Ook moet het centrum gebruiksvriendelijk zijn, vooral wanneer er veel toeristen in een centrum zijn moet er een goede bewegwijzering zijn (dit is in Emmen centrum wel aanwezig). Daarnaast wordt een centrum aantrekkelijk door de aankleding: fontein, de bloemklok op de markt, kunstwerken en groenperkjes. Dit is een relatief goedkope aankleding die wel veel effect kan hebben.
2. Emmen heeft een platform toerisme & recreatie, dit is heel uitvoeringgericht (afstemming van vergunningen ed). Er is veel kennis aanwezig bij dit platform en daarom zou het meer bij de promotie en planvorming betrokken worden.
3. Evenementen moeten meer gepromoot worden. Emmen moet worden neergezet als een vitale stad, een stad waar veel gebeurt. Naamsbekendheid van de evenementen kan het toerisme in de stad stimuleren.
4. De promotie van Emmen moet meer samenhangend zijn. Nu zal de ene afdeling van de gemeente de stad nog vooral willen promoten als industriestad, terwijl andere afdelingen Emmen als een aangename woonstad, een stad met veel natuur of de stad van de dierentuin promoten. De gemeente moet zich op alle velden met een gezicht promoten, Emmen moet als een samenhangend concept worden gepromoot.

5. Emmen heeft op dit moment een begrotingstekort en door de economische recessie en de bezuinigingen van de Rijksoverheid mag aangenomen worden dat Emmen ook de komende jaren krap bij kas zal zitten. Emmen heeft echter wel ambitieuze plannen wat betreft leisure (een nieuwe stadsschouwburg, die inmiddels weer van de baan lijkt te zijn; een nieuwe megabioscoop; financiële steun aan de BVO). Hoe verhouden de ambities van de gemeente Emmen zich met haar financiële situatie? Of beter gezegd: hoe kan Emmen haar doelen verwezenlijken zonder dat hier forse investeringen vanuit de gemeente voor nodig zijn?

Het basisoniveau van (de uitstraling van) het centrum moet goed zijn (zie C 4-1), maar niet te duur om te onderhouden. De ambities voor het centrum moeten daarnaast niet te hoog zijn, de gemeente kan beter al haar energie in één project steken, dan een beetje half aan vier verschillende projecten te werken. Dit ook ten overstaan van de burgers en bedrijfsleven, ze moet duidelijkheid geven en prioriteiten stellen. Bij de begeleiding van private partijen moet de gemeente heel klantgericht werken, door bijvoorbeeld een ambtenaar aan te wijzen als contactpersoon, die binnen de gemeente weer de vergunningen e.d. regelt.

6. Emmen heeft een erg mager aanbod aan cultuur en uit een steekproef onder de bezoekers van het centrum van Emmen blijkt dat slechts 30 % van de ondervraagden tevreden is over het aanbod aan cultuur in Emmen. Wat zou de gemeente Emmen hier aan kunnen doen (de randvoorwaarde van het begrotingstekort in acht genomen) ?

Het cultuuraanbod in de gemeente Emmen is erg mager, maar er is ook weinig vraag naar vanuit de bevolking. Dat de bouw van de schouwburg nu is afgeblazen is zonde. Een beetje stadscentrum hoort gewoon een schouwburg te hebben en die hoeft echt niet alleen door de gemeente zelf te worden gefinancierd. Er zijn genoeg marktpartijen die willen bijdragen aan het realiseren van een dergelijk project. Een voorziening als een schouwburg verhoogd het leefklimaat in een stad en dit is weer van belang voor bedrijven die zich eventueel willen vestigen in de stad. Een schouwburg is goed voor het imago en kan nevenontwikkelingen op gang brengen.

Er zijn wel veel evenementen in Emmen, maar er is geen evenemententerrein in het centrum. Door het ontbreken van een evenemententerrein ontbreekt er ook een zekere vitaliteit in het centrum, er kan bijvoorbeeld niet zo makkelijk een concert, festival of kermis in het centrum worden gehouden. Het nadeel is dat de markt niet geschikt is als evenemententerrein vanwege de bomen (zo is het voordeel van het unieke ook weer een nadeel). Het plein op de kruising van de Wilhelminastraat en de Baander zou wel geschikt kunnen zijn (groot genoeg), maar dan zou het wel anders moeten worden ingericht (maaiveld op één hoogte). Op de Es zou ook een evenemententerrein kunnen worden gerealiseerd. Hier is genoeg ruimte en het is vlakbij het centrum. Het enige nadeel hier is de barrièrewerking van de Hondsrugweg.

Kleinschalige en alternatieve culturele voorzieningen zijn ook maar mondjesmaat aanwezig. Er zijn geen kleine theaters voor amateurkunst, het popcentrum Blanco is weggestopt in een armzalige keet in een woonwijk en de Expositieruimte is ontoegankelijk vanwege haar ligging in het bruggebouw. Omdat er niet veel vraag naar is vanuit de bevolking, zal de culturele scène hier waarschijnlijk ook nooit echt gaan leven. De gemeente moet dan ook niet allemaal voorzieningen realiseren om dit te stimuleren. Als er vraag naar cultuur komt, zullen ofwel de markt ofwel organisatoren zelf wel iets ontwikkelen. Het is dan aan de gemeente de taak om deze ontwikkelingen goed te faciliteren.

7. Wat zijn de voordelen en nadelen van het handhaven van het Dierenpark Emmen op de huidige centrumlocatie voor de dynamiek van het centrum en voor het verder ontwikkelen van de toeristische sector in Emmen?

8. Wat zijn de voordelen en nadelen van het verplaatsen van het Dierenpark Emmen vanuit het centrum naar de Es voor de dynamiek van het centrum en voor het verder ontwikkelen van de toeristische sector in Emmen?

Voor het centrum zijn er geen voordelen bij de verplaatsing van het dierenpark naar de Es. Alleen het dierenpark zelf heeft er baat bij als ze uit het centrum zou vertrekken, omdat ze dan meer uitbreidingsmogelijkheden heeft. De gemeente moet dan ook absoluut niet de suggestie gaan wekken dat zij het mogelijk vindt om de diertuin te verplaatsen. Dit schept alleen maar verkeerde verwachtingen. De Es heeft geen binding met het centrum en de bezoekers zullen niet meer in het centrum komen.

De ligging van het dierenpark in het hartje centrum is uniek. Indien de diertuin daar weg zou gaan, komt er weliswaar ruimte vrij die de gemeente naar hartelust kan invullen, maar dan is het centrum niet meer uniek en is het naast een grote publiekstrekker ook zijn charme kwijt. De diertuin zorgt voor veel levendigheid in het centrum en de horeca en middenstand profiteren ervan.

9. Zowel uit verschillende beleidsstukken als uit een steekproef onder de bezoekers van het centrum komt naar voren dat Centrum Noord (en dan vooral het Noorderplein) als het minst aangename en levendige gedeelte van het centrum wordt gezien. Wat zou er gedaan kunnen worden om Emmen Centrum Noord en met name het Noorderplein een impuls te geven?

Noord is een moeilijk probleem en Luuk weet eigenlijk niet goed wat er aan gedaan kan worden. Veel mensen willen bijvoorbeeld dat de fontein weer aan gaat, maar het zijn juist de omwonenden die ervoor gezorgd hebben dat de fontein nu uit is. Het probleem van het Noorderplein is een paradox. Enerzijds willen de Emmenaren dat er iets wordt gedaan om de levendigheid te vergroten, maar deze levendigheid zal automatisch voor geluidsoverlast zorgen. De bewoners aldaar willen juist geen geluidsoverlast en zullen dus de plannen om dit plein te verlevendigen proberen tegen te houden.

Bijlage 8.2 Interview Harm Brummel, gemeente Emmen

**Functie: wethouder toerisme en recreatie
maandag 13 september, 10.15 – 11.15 uur**

Algemeen

Vroeger werkten het MKB in Emmen en het dierenpark weinig samen, maar de laatste jaren is dit veranderd. Dit komt onder meer omdat er een stuurgroep toerisme en recreatie vanuit de gemeente is opgezet. De stuurgroep bestaat uit een structuurgroep van gemeentemedewerkers die het hele proces coördineert en werkgroepen, waarin alle betrokken partijen zijn ondergebracht. In de werkgroepen zitten bijvoorbeeld het Platform toerisme en recreatie, het dierenpark, ondernemers uit Emmen, maar ook betrokken uit de Veenkoloniën. De werkgroepen zijn geformeerd om meer samenhang en samenwerking tot stand te brengen in Emmen en dit is gelukt. Sinds de komst van de stuurgroep zijn er veel meer initiatieven vanuit de markt ontstaan op het gebied van leisure, zoals het aanbieden van arrangementen. Er is veel mogelijk met de stuurgroep. Om nieuwe initiatieven te ontwikkelen en om de samenwerking te bevorderen zouden de betrokkenen uit de werkgroepen bijvoorbeeld een keer een studiedag over het thema leisure in het centrum van Emmen kunnen houden.

Op het gebied van leisure neemt de gemeente een faciliterende rol op zich. De gemeente creëert de voorwaarden voor de ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve markt, maar de particuliere sector ontwikkelt initiatieven op het gebied van leisure. In het Veenkoloniale gebied zijn al veel initiatieven tot bloei gekomen. Het Veengebied was vroeger een monofunctioneel landbouwgebied, maar omdat de inkomsten uit landbouw terug liepen, zag de sector zich genoodzaakt haar werkterrein te verbreden naar leisure. Dit heeft talrijke initiatieven opgeleverd: het Smalpoormuseum, een museum in de vroegere turfstrooiselfabriek, maar ook bijvoorbeeld kleinere voorzieningen zoals een manege. Er is zelfs een plan om een Wildlifepark op te zetten in samenwerking met het Dierenpark Emmen.

Het stimuleren van het toerisme in Emmen is ook een belangrijk doel voor de stuurgroep. Meer toerisme is een voorwaarde voor het verder ontwikkelen van de toeristisch-recreatieve sector. Dagrecreanten van het dierenpark bezoeken weinig andere attracties in Emmen. Om toeristen en recreanten te trekken moet de gemeente het toch van het dierenpark hebben, dat is de grote trekker van Emmen. Maar als deze mensen hier eenmaal zijn en overnachten, zullen ze ook andere attracties willen bezoeken. Het toerisme is de afgelopen jaren sterk gestegen, mede door de aanleg van parc Sandur.

A Mogelijkheden voor Emmen op middellange termijn

- 1. In de structuur- en masterplannen voor Emmen centrum van de afgelopen 20 jaar ('81, '92, '03) komen een aantal problemen en oplossingsrichtingen steeds weer naar voren: Emmen Centrum Noord moet gezelliger worden; de levendigheid moet (vooral 's avonds) vergroot worden; Noord en de Weiert moeten meer als een geheel functioneren; het toerisme moet versterkt worden en het Dierenpark Emmen en centrum moeten meer samenhangend functioneren. Waarom komen deze thema's steeds weer terug? Is het wel wenselijk om in de toekomst deze zaken te verbeteren, of kan Emmen zich beter bij sommige zaken neerleggen en geheel andere doelstellingen formuleren met betrekking tot leisure en de dynamiek van haar centrum?**

Vroeger is het beleid niet altijd even consequent uitgevoerd en werkten de verschillende partijen minder goed samen. De samenwerking werd destijds ook minder noodzakelijk geacht, het

dierenpark was toch wel verzekerd van hoge bezoekersaantallen. De laatste jaren is het beleid veel consequenter uitgevoerd. Hierdoor zijn voorwaarden gecreëerd voor een goed functionerende toeristische markt waarin toerisme een grotere rol speelt.

De verschillende partijen (zoals het dierenpark) zien het nut van samenwerking beter in. Om het toerisme te stimuleren moet er meer worden samengewerkt. De bezoeker van het dierenpark moet immers wel wat te doen hebben in Emmen en voor het aanbieden van bijvoorbeeld arrangementen zijn natuurlijk meerdere partijen nodig.

2. Met betrekking tot het voorgaande: in hoeverre zijn de gestelde doelen nog haalbaar, gezien de huidige financiële situatie van de gemeente (bezuinigingen)? En in hoeverre is er ruimte voor nieuwe, alternatieve initiatieven die niet in het masterplan Emmen centrum staan?

Omdat de gemeente vooral een faciliterende rol speelt en het initiatief vooral van de marktpartijen moet komen, heeft de financiële situatie van de gemeente niet direct veel invloed op de gestelde doelen en is er voldoende ruimte voor nieuwe initiatieven vanuit de markt. Het is alleen wel jammer dat een project zoals de bouw van een nieuw stadstheater (wel een gemeentelijk initiatief) voorlopig niet kan doorgaan.

3. Welke nieuwe leisure voorzieningen of attracties zouden kansrijk kunnen zijn om in Emmen te realiseren?

Het is niet aan de gemeente om te bepalen welke voorzieningen of attracties er ontwikkeld zouden moeten worden. Als er een initiatief vanuit de markt komt, dan moet de gemeente er alles aan doen om zo'n initiatief te stimuleren en de initiatiefnemer goed begeleiden bij bijvoorbeeld het in orde maken van de vergunningen. Een goed voorbeeld van een voorziening die in Emmen kansrijk zou zijn is een speelhal in het centrum. Als daar genoeg vraag naar is dan zal er vanzelf wel een keer een marktpartij ontstaan om zo'n attractie te ontwikkelen.

4. In hoeverre moeten nieuwe leisure voorziening gericht zijn op het trekken van het dierentuinpubliek en in hoeverre moeten ze gericht zijn op het trekken van ander publiek?

De dierentuin in Emmen is en blijft natuurlijk de grote trekker van de stad. Andere voorzieningen en attracties bestaan vooral bij de gratie van het dierenpark. Omdat het dierenpark in de stad staat, komen mensen hier overnachten en bezoeken ze eventueel andere attracties. Hier moet dus op geanticipeerd worden, door bijvoorbeeld in het dierenpark promotie te maken voor andere attracties en voorzieningen. De dierentuinbezoeker moet het idee krijgen dat er nog heel veel leuk is in Emmen te doen, dat hij nog lang niet alles heeft gezien en dat hij dus nog eens moet terugkomen. Emmen moet zich richten op nieuwe markten. De Duitse markt is bijvoorbeeld nog nauwelijks aangeboord en hier ligt nog veel potentieel.

5. Wat zou Emmen kunnen doen om meer bezoekers van het dierenpark naar het centrum te lokken, in het bijzonder de groep bezoekers met kleine kinderen?

Het is misschien kansrijker om je te focussen op de groep ouderen, die wordt steeds groter. Maar of het nu om kinderen of ouderen gaat, het is vooral een zaak van de ondernemers in het centrum om initiatieven te ontwikkelen om dierentuinbezoekers het centrum in te lokken. Zij zijn immers ook gebaat bij meer centrumbezoeken.

6. Welke kansen en bedreigingen zijn er met betrekking tot leisure in Emmen?

De wethouder ziet meer kansen dan bedreigingen in Emmen. Maar de kansen worden ook al aangegrepen, getuige de vele initiatieven die inmiddels tot stand zijn gekomen. Een mooi voorbeeld is de kerk op het Marktplaatsplein. Vroeger werd die alleen als kerk gebruikt, maar tegenwoordig is het ook een cultureel centrum, waar bijvoorbeeld exposities plaatsvinden.

B Promotie en citymarketing

1. Hoe moet Emmen zich in de toeristische markt presenteren? Wat zou de doelgroep moeten zijn? Wat is de gewenste identiteit?

Emmen moet zich op een brede manier presenteren, zowel qua eigen aanbod, als in combinatie met het aanbod van andere plaatsen in (zuidoost) Drenthe (zie vraag B 2). De promotie moet meer samenhangend gebeuren dan vroeger. Vroeger was de promotie heel sectoraal: Emmen werd gepromoot als industriestad, maar ook als stad van de diertuin. Deze twee beelden zijn tegenstrijdig, een industriestad is natuurlijk niet aantrekkelijk voor toeristen. Nu is er de slogan 'Emmen maakt meer mogelijk', waar zowel de promotie van het dierenpark als de industrie onder kan vallen. Het gaat erom dat er één samenhangend beeld ontstaat over Emmen. Hoewel er wel al een slogan is, wordt er nog gewerkt aan de gewenste identiteit waarmee Emmen naar buiten wil treden.

Ook nu wordt er al best veel aan promotie gedaan. In de verblijfsaccommodaties in Emmen liggen promotiefolders en in Parc Sandur is zelfs een VVV balie die een paar ochtenden per week open is.

2. Welke rol moet de plaats Emmen innemen in de promotie van de regio (zuidoost) Drenthe? Moet de nadruk liggen op Emmen zelf of op de regio (zuidoost) Drenthe?

Zowel Emmen zelf als de regio moet een belangrijke plaats innemen in de promotie. Emmen zelf, omdat de stad als beeldmerk moet blijven hangen en de regio, omdat toerisme niet gebonden is aan een plaats en Emmen veel meer te bieden heeft als het aanbod uit de omliggende gemeenten er ook bij betrokken wordt. Die samenwerking met andere gemeenten is er nu ook al, er zijn verschillende routes uitgezet door zuidoost Drenthe, bijvoorbeeld een cultuurroute, een sportieve route en een natuurroute en die gaan door meerdere gemeenten.

3. Welke attracties en kwaliteiten van Emmen zijn kansrijk om te promoten? Met andere woorden: van welke attracties en kwaliteiten mag verwacht worden dat promotie ervan merkbare invloed kan hebben op het aantal toeristen en recreanten in de stad en de samenhang tussen het dierenpark en het centrum?

Het Dierenpark Emmen is de trekker van Emmen, dus moet dit ook het centrale element in de promotie zijn. Vanuit deze basiskwaliteit moet je verder promoten. Als mensen in het dierenpark zijn moeten ze geconfronteerd worden met de andere kwaliteiten van Emmen.

4. Is het kansrijk voor Emmen om zich met een groot evenement te profileren? Wat voor soort evenement zou kunnen bijdragen aan een goede uitstraling en kan het diertuin publiek meer aan de stad binden?

Wethouder Brummel is op de hoogte van de plannen van Jan Coehoorn (de diereinddaagse) en is hier erg enthousiast over!

In Emmen zijn al veel evenementen en dit zorgt voor veel levendigheid in de zomermaanden, wat weer een positieve indruk achterlaat bij het diertuin publiek. De gemeente werkt momenteel aan een evenementenbeleid.

C WVTTK:

1. Artis en Blijdorp krijgen ieder een jaarlijkse gemeentelijke subsidie van vier miljoen euro. Het Dierenpark Emmen krijgt geen subsidie en hierdoor hebben concurrenten Artis en Blijdorp een financiële voorsprong op Emmen. Als de gemeente meer bezoekers naar Emmen wil trekken, zou zij dan de diertuin moeten subsidiëren of kan ze dat geld dan beter gebruiken voor een integrale promotiecampagne van Emmen in het algemeen?

Vroeger kreeg het dierenpark alleen leningen van de gemeente, maar toen kon het park ook makkelijk op eigen benen staan, omdat ze een voorsprong had op andere parken. Parken als Blijdorp en Burgers Zoo hebben echter een kwaliteitssprong gemaakt, waarbij ze het concept van Dierenpark Emmen (dieren die in hun natuurlijke habitat rondlopen) hebben overgenomen. Deze parken trekken inmiddels evenveel bezoekers. Ook zijn er nieuwe attractieparken bijgekomen. De concurrentie is dus sterker geworden en dit zorgt ervoor dat het Dierenpark Emmen in de toekomst misschien niet meer op eigen houtje het hoofd boven water kan houden. Dit wil echter niet zeggen dat het park ook een jaarlijkse bijdrage zou moeten ontvangen, maar het zou wel in het belang van de gemeente kunnen zijn om nieuwe investeringen mede te financieren. Ook andere overheidsinstanties en private partijen zouden hier belang bij kunnen hebben.

Gezamenlijke promotie is ook kansrijk, dus daar zou de gemeente ook geld in moeten steken.

2. Blijft de Es de komende jaren nog een waterwingebied nu de gemeente deze grond beschikbaar heeft gesteld voor leisure functies?

Ja, deze grond blijft waterwingebied. Er was echter ook altijd al bebouwing op deze grond (bijvoorbeeld het gebouw van het waterschap). Het waterschap heeft liever dat deze grond voor leisurefuncties wordt gebruikt dan voor wonen.

Bijlage 8.3

Interview Cathalijne Elings, Dierenpark Emmen

Functie: commercieel directeur
Dinsdag 27 juli 2004, 9.30 t/m 10.45 uur

A Samenhang Dierenpark Emmen en het centrum

- 1. Is er ooit onderzoek gedaan door het dierenpark naar de samenhang tussen de dierentuin en het centrum van Emmen (maw hoeveel dierentuinbezoekers ook een bezoek brachten aan het centrum)? Zo ja wat waren de uitkomsten van dit onderzoek? Zo nee, heeft u zelf een idee hiervan?**

Er is ooit onderzoek naar gedaan, maar Cathalijne weet niet door wie en heeft het onderzoek ook niet weten te traceren. Volgens de cijfers van het onderzoek naar de economische spin-off van Dierenpark Emmen voor de gemeente Emmen bezoekt 25 % van de bezoekers ook het centrum, maar het zou best hoger kunnen zijn, omdat het onderzoek becijferde dat de bezoekers voor tientallen miljoenen euro's in het centrum uitgeven en als dat van slechts ca 400.000 bezoekers moet komen, zouden die bezoekers per keer wel veel uitgeven. De ondernemers in het centrum profiteren wel duidelijk van het dierenpark. Dit blijkt ook uit het grote winkelbestand van de stad. Het winkelcentrum is groter dan je op grond van de omvang van het verzorgingsgebied zou verwachten. Het winkelbestand bestaat voor een deel bij de gratie van de dierentuin bezoekers.

- 2. Hoe zou u de samenhang tussen het Dierenpark Emmen en het centrum van Emmen omschrijven? Is er sprake van een goede samenhang of zou de samenhang wel wat beter kunnen zijn? Indien dat laatste: hoe zou de samenhang volgens u verbeterd kunnen worden?**

De samenhang kan beter, want Emmen heeft de bezoekers voldoende te bieden: ze heeft een aantrekkelijk en groot winkelcentrum en er zijn in de zomer veel evenementen. Het probleem is alleen de promotie, die zou beter en integraler moeten zijn. Cathalijne gaat hier wat dieper op in: deze analyse is onder C verder uitgewerkt.

- 3. Is er een goede samenhang tussen de dierentuinlocatie in het centrum en de locatie op de Es? Bezoeken veel dierentuinbezoekers beide locaties of bezoeken ze vaak alleen de oude locatie in het centrum? Indien dat laatste: hoe kan de Es locatie meer bij de centrumlocatie betrokken worden?**

De twee locaties zijn heel verschillend. De centrumlocatie is 12 ha groot en de dierenverblijven zijn er wat kleiner, terwijl de Es locatie slechts 6 hectare groot is, maar de verblijven er veel groter zijn en de natuurlijke omgeving ook veel beter is nagemaakt. De samenhang tussen de twee locaties is niet door het dierenpark onderzocht, maar Cathalijne weet uit ervaring dat mensen die een los kaartje kopen vaak alles willen zien en dus beide locaties bezoeken, terwijl abonnees vaak meerdere keren per jaar komen, kortere bezoeken brengen en vaker voor één van de beide locaties kiezen.

De verbinding tussen het centrum en de Es is verre van optimaal. Tussen beide parken zit een afstand van ongeveer 500 meter en daarnaast moeten mensen ook nog van de parkeerplaats komen lopen. Vooral voor ouderen en kleine kinderen zijn het lange afstanden en wordt dit als hinderlijk ervaren. Bovendien zijn de Traverse en de ingang op de Es erg kaal en worden ze bij slecht weer als winderig en tochtig ervaren. De ingang van de Es locatie is onaantrekkelijk. Volgens Cathalijne zou een kabelbaan voor een veel betere verbinding tussen beide locaties hebben gezorgd. Mensen hoeven dan niet meer te lopen en hebben een beter uitzicht op het

centrum. (wat een centrumbezoek weer kan stimuleren) Bovendien zou een kabelbaan een *unique selling point* zijn. Bruggen zijn er immers genoeg, maar welke stad in Nederland heeft nu een kabelbaan over haar centrum lopen. Het dierenpark heeft destijds ook voorgesteld om een kabelbaan aan te leggen, maar de gemeente heeft gekozen voor de Traverse.

De vraag over de samenhang tussen de Es en centrumlocatie moet overigens niet alleen intern worden opgelost, maar ook binnen het kader van de promotie van Emmen als een toeristisch-recreatief product: zie C

4. Is de samenhang tussen de diertuin en het centrum een issue voor het dierenpark? Heeft de diertuin bijvoorbeeld werknemers in dienst die zich bezighouden met dit onderwerp en/of veel contact hebben met de gemeente over het toeristisch-recreatieve beleid/aanbod in Emmen? Heeft de diertuin volgens u baat bij een goede samenhang tussen het centrum en het park?

De samenhang tussen het centrum en de diertuin is een belangrijk issue voor het dierenpark. Meer algemeen gaat het voor het dierenpark vooral om de relatie tussen het toerisme in Emmen en de diertuin. Deze relatie is zeer belangrijk. Emmen ligt in een uithoek van Nederland en ver weg van de dicht bevolkte Randstad, waar veel potentieel aan bezoekers is. Mensen zijn over het algemeen bereid om voor een (korte) vakantie verder te reizen dan voor een dagje uit. Voor een dagje uit is Emmen voor veel Nederlanders misschien net te ver, maar voor een weekendje of midweek is het prima te doen. Dit geldt tevens voor de Duitse markt. Als Emmen het toerisme kan versterken, zal het dierenpark daarvan profiteren. Daarom vindt Cathalijne het erg belangrijk dat de gemeente en de diertuin een gezamenlijk promotiebeleid voeren.

De diertuin heeft een extern-accountmanager: Frank Faber. Hij onderhoudt de contacten met gemeente en ondernemers in de stad en houdt zich bezig met de relatie dierenpark en Emmen centrum. Cathalijne heeft zelf ook contact gelegd met Marketing Groningen over het promoten van het Noorden in de Duitse markt. Gezamenlijke promotie biedt als voordeel dat je de toerist meer kan bieden en daarnaast kan je de kosten ook nog eens delen. Haar advies: bundel de krachten in het Noorden en probeer ook ondernemers erbij te betrekken.

B Toekomst diertuin: naar de Es of in het centrum handhaven

1. Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de diertuin als geheel? Heeft de diertuin bijvoorbeeld last van de toenemende concurrentie op de toeristisch-recreatieve markt (meer attractieparken e.d.)?

De belangrijkste kans voor het Dierenpark Emmen is het stimuleren van het toerisme, zie ook vraag A 4.

De belangrijkste bedreiging is de toegenomen concurrentie van andere attracties en steden. Daarbij komt nog eens dat diertuinen zoals Artis en Blijdorp door de gemeente worden gesubsidieerd (beide voor zo'n 4 miljoen euro per jaar) en dus eigenlijk een voorsprong hebben op Emmen. Nu heeft Emmen zelf altijd een voorsprong op Artis en Blijdorp gehad omdat haar diertuin veel ruimer en natuurlijker is opgezet dan Artis (waar dieren nog in kooien zitten) en Blijdorp, maar vooral Blijdorp heeft de afgelopen jaren veel geïnvesteerd en deze attractie heeft natuurlijk een veel groter achterland. Qua bezoekers aantallen heeft Blijdorp Emmen inmiddels overtroffen.

Zou Emmen de diertuin dan ook moeten gaan subsidiëren of zou zij dat geld beter kunnen inzetten voor een integrale promotie van leisure in Emmen en omstreken in het algemeen?

Het geld kan worden geïnvesteerd in de integrale promotie van leisure in het algemeen, omdat de diertuin ook belang heeft bij een beter toeristisch-recreatief klimaat in Emmen, vooral een verbetering van het toerisme (zie vraag A 4). Die promotie zou dan wel op dezelfde doelgroep gericht moeten zijn als de doelgroep van het dierenpark. Als de promotie van Emmen

op een heel ander publiek is gericht (bv jongeren of cultuurliefhebbers) dan loopt Emmen het risico dat haar identiteit heel diffuus wordt en dat ze van alles net niets is. Zie ook C.

Het vergt hoge investeringen om het topniveau van Dierenpark Emmen vast te houden. Alleen bij een topniveau weet Dierenpark Emmen bezoekers van buiten de regio te trekken. Subsidiering van Dierenpark Emmen zorgt ervoor dat dit topniveau behouden kan blijven.

2. Wat zijn de voordelen en nadelen van het handhaven van het Dierenpark Emmen op de huidige centrumlocatie voor de dynamiek van het centrum en voor het verder ontwikkelen van de toeristische sector in Emmen?

3. Wat zijn de voordelen en nadelen van het verplaatsen van het Dierenpark Emmen vanuit het centrum naar de Es voor de dynamiek van het centrum en voor het verder ontwikkelen van de toeristische sector in Emmen?

De locatie van de dierentuin (Es of centrum) is volgens Cathalijne niet doorslaggevend voor het verder ontwikkelen van de toeristische sector in Emmen. De ontwikkeling van de toeristische sector in Emmen is vooral afhankelijk van een goede promotie. Als de promotie van Emmen als toeristisch product goed is, kan er ook een goede samenhang ontstaan tussen het centrum en het park indien de dierentuin verplaatst zou worden naar de Es.

4. Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de verplaatsing van de gehele dierentuin naar de Es? Wat zijn de kansen en bedreigingen voor het handhaven van de huidige centrumlocatie?

Het al dan niet verplaatsen van Dierenpark Emmen is sterk afhankelijk van de financiële haalbaarheid van deze operatie. De grond in het centrum is van het dierenpark zelf. Deze grond is veel waard en het dierenpark heeft al enkele malen een bod van een onderneming gekregen om een deel van de grond te verkopen. Het verplaatsen van het hele dierenpark naar de Es lijkt op het eerste gezicht kapitaalvernietiging en bovendien bijzonder kostbaar, maar voorbeelden uit de attractieparkenwereld geven aan dat dergelijke operaties (het uit de grond stampen van een compleet park) wel succesvol kunnen zijn. Dit geldt eveneens voor Emmen. De grond op de Es is nog onbebouwd en er zijn volop mogelijkheden om hier iets unieks en spectaculairs neer te zetten.

Als het park in z'n geheel verplaatst zou worden zou er op de Es locatie wel iets compleet nieuws moeten komen. De verplaatsing moet immers wel een toegevoegde waarde hebben. Als het Dierenpark Emmen weer eenzelfde concept en inrichting zou toepassen als op de centrumlocatie dan zou de verplaatsing geen toegevoegde waarde hebben en zou het inderdaad kapitaalvernietiging zijn.

C Toekomst Emmen Centrum

De antwoorden op deze drie vragen heeft Cathalijne eigenlijk al grotendeels verwoord in haar analyse bij vraag A 2, vandaar dat ik deze analyse onder het kopje *toekomst Emmen centrum* heb uitgewerkt. De vragen zelf zijn niet meer apart beantwoord.

Emmen heeft een sterke en een zwakke kant als het gaat om leisure. De sterke kant is de naamsbekendheid van de stad, die vooral veroorzaakt wordt door de dierentuin. In elke Nederlandse provincie is de naamsbekendheid van Emmen tenminste 60 % en in het Noorden maar liefst 98 %. Nu zeggen deze percentages op zich niets, want Cathalijne weet niet wat de naamsbekendheid van qua grootte vergelijkbare steden zoals Assen of Heerenveen is. Het is echter wel zo dat de naamsbekendheid van Emmen vooral wordt veroorzaakt door de aanwezigheid van Dierenpark Emmen, dat jarenlang de best bezochte dierentuin van Nederland is geweest. Op het gebied van leisure is het dus positief dat Emmen haar bekendheid aan haar attractie heeft te danken en dus met iets 'positiefs' in verband wordt gebracht.

De zwakke kant van Emmen is dat de stad als afgelegen en slecht bereikbaar bekend staat (hoewel dit door de aanleg van de A37 minder is geworden) en mensen niet weten dat er naast de dierentuin ook nog andere leuke dingen in Emmen en omgeving zijn te doen. Maar waarom staat Emmen wel als afgelegen bekend en Valkenburg/ Zuid-Limburg niet? Omdat Valkenburg een vakantieoord is en Emmen niet! Mensen gaan naar Zuid-Limburg om vakantie te vieren en dan maakt het niet uit dat het 3 uur reizen is. Mensen gaan naar Emmen om een dagje uit te gaan en dan is 3 uur reizen erg lang. Dit is voor veel mensen een reden om Dierenpark Emmen niet te bezoeken en in plaats daarvan naar het (minder leuke) Artis of Blijdorp te gaan.

Als de gemeente Emmen de samenhang tussen de dierentuin en het centrum wil vergroten en het toerisme wil stimuleren moet zij een goed doordacht en integraal promotiebeleid voeren. Een goed promotiebeleid begint met het vaststellen van de doelgroep(en). Wat is de doelgroep in Emmen en/of wat zou de doelgroep moeten zijn? Wat vindt deze doelgroep leuk, waar komen ze voor? Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroep? Als de gemeente deze vragen heeft beantwoord kan ze nadenken welke identiteit Emmen zich moet aanmeten om deze doelgroep te bereiken

Bij het formuleren van een doelgroep kan Emmen uitgaan van haar bestaande kwaliteiten: de dierentuin. Mensen kennen Emmen van de dierentuin en dit is dus *free publicity*, er hoeft niet veel moeite gedaan te worden om een imago te creëren want dat is er al. De doelgroep van de dierentuin bestaat voor 48 % uit gezinnen met kinderen. De overige 52 % is een iets meer diffuse groep, bestaande uit grootouders met kleinkinderen, oudere stellen, jonge stellen, alleenstaanden en groepen (schoolkinderen of gehandicapten). De belangrijkste doelgroep voor Emmen is op dit moment dus gezinnen met kinderen en Emmen zou haar identiteit en aanbod hier op moeten laten aansluiten.

Is het niet risicovol om je slechts op één doelgroep te richten? Wat nu als de dierentuin zou sluiten of ineens minder bezoekers zou trekken (bv door zoiets als MKZ)? Dan heb je geen andere troeven meer over!

Als Emmen meerdere doelgroepen wil bereiken, bijvoorbeeld ook jongeren, sportfanaten of cultuurliefhebbers, moet zij haar middelen verdelen over meerdere velden. Hierdoor loopt zij het risico dat het 'van alles net niets' is. Emmen kan dan een grijze muis worden, een stad die wel van alles te bieden heeft, maar in niets uniek is en daarom veel concurrentie van andere steden ondervindt, die ook van alles te bieden hebben, maar misschien net wat gezelliger zijn. Een stad als Rotterdam (die enorm succes heeft op het gebied van leisure) richt zich wel op meerdere doelgroepen, maar zij hebben meer middelen en een spectaculairder aanbod (skyline, havens) en zijn veel bekender.

Overigens kan Emmen zich wel meerdere identiteiten aanmeten, als deze maar in overeenstemming met elkaar zijn en dezelfde doelgroep aanspreken. Als Emmen meerdere identiteiten heeft (bv Dierentuin, leuke omgeving en bruisend centrum) wordt het wel aantrekkelijker voor mensen om langer in Emmen te verblijven en meer dingen te zien. Als de verschillende identiteiten maar dezelfde doelgroepen aanspreken.

Als je met meerdere producten/ identiteiten een doelgroep probeert te bereiken, kan de promotie veel effectiever en goedkoper, dan wanneer je meerdere doelgroepen probeert aan te spreken, of wanneer elk toeristisch product zichzelf op haar eigen manier promoot. Als je doelgroep gezinnen met kinderen is, dan moet je die gezinnen met kinderen proberen te bereiken via de media die bij deze doelgroepen in trek is, bv wel de Donald Duck, maar niet een metalmagazine, wel via de AVRO, maar niet via BNN. Als je via de juiste mediakanalen je toeristisch-recreatief totaalpakket integraal promoot, weet je doelgroep dus dat er in Emmen meer te doen is dan alleen een dagje dierentuin en zullen ze eerder geneigd zijn om ook in Emmen of omgeving te overnachten.

Het is dan ook belangrijk dat promotie niet binnen de barrières van gemeenten beperkt blijft. Mensen zijn mobiel en bezoeken tijdens een vakantie ook plaatsen die bv 50 km verderop

liggen. Als Emmen zich bijvoorbeeld op de Duitse markt wil richten kan ze veel beter de hele regio Zuidoost Drenthe promoten of zelfs heel Noord-Nederland.

De dierentuin heeft met het veranderen van de naam *Noorderdierenpark* in *Dierenpark Emmen* een stap gedaan in het integraler maken van de promotie. Vooral voor de Duitse markt is dit een goede zet. Veel Duitsers weten niet in welke plaats het Noorder Dierenpark ligt en waar Emmen ligt. Eerst moesten ze dus twee dingen opzoeken, nu maar één (waar ligt Emmen). Voor de Nederlandse markt is het voordeel van de naamswijziging dat de nadruk nu niet meer op het Noorden (ver!) gelegd wordt, maar op de stad Emmen zelf.

Emmen moet beseffen dat de concurrentie tussen steden op het gebied van leisure heel groot is en dat het belangrijk is om iets unieks te kunnen bieden. In de promotie moet de nadruk dan ook liggen op het unieke, want als iets echt uniek is zijn mensen bereid om er verder voor te reizen om het te zien.

1. **Wat heeft Emmen volgens u nodig om meer toeristen te trekken en toeristen langer in de stad te houden?**
2. **Wat heeft het centrum van Emmen volgens u nodig om aantrekkelijker te worden en een meer bruisende en levendige sfeer te krijgen?**
3. **Volgens het masterplan Emmen Centrum 2020 van de gemeente ontbreekt de benadering van Emmen als een totaalproduct op het toeristisch-recreatief gebied? Hoe zou de gezamenlijke promotie van het toeristisch-recreatief product in Emmen beter kunnen worden vormgegeven?**

D WVTTK

1. **In de strategienota Emmen, een vernieuwde formule (2001) gaat de gemeente er vanuit dat de dierentuin na het gereedkomen van de uitbreiding op de Es (2000) extra dagrecreanten zal trekken. Uit het rapport 'Drenthe in cijfers 2003' van de provincie Drenthe blijkt dat het jaarlijkse aantal bezoekers van het Dierenpark Emmen een daling laat zien tussen 1998 en 2001 van 1,7 naar 1,4 miljoen. Tevens blijkt het aantal banen in de toeristische sector in de gemeente Emmen ook te zijn teruggelopen in die periode (van 1.572 in 1998 en 1.736 in 2000 naar 1.405 in 2002). Hoe komt het dat de praktijk juist een tegengestelde ontwikkeling laat zien ten opzichte van de verwachtingen? De cijfers die ik heb lopen tot 2002 (1,5 miljoen bezoekers). Hoe hebben de bezoekersaantallen zich in 2003 en 2004 ontwikkeld?**

Er zijn drie oorzaken:

- De MKZ crisis
- Vorig jaar was het een heel hete zomer. Tijdens een hete zomer ondernemen mensen minder. Dan zoeken ze liever verkoeling in het zwembad dan dat ze naar een dierentuin gaan
- Er komen te weinig verblijfsrecreanten in Emmen (zie vraag A4)

De aanleg van de A37 en de A31 (in Duitsland) maakt Emmen wel veel beter bereikbaar, vooral voor de Duitse markt: hier ligt dus een grote kans! Wacht niet te lang om de mensen uit het noorden van het Ruhrgebied te overtuigen om naar Drenthe te komen. Voordat je het weet zitten ze in Twente.

Bijlage 8.4 Interview Murk Falkena, gemeente Lelystad

Functie: beleidsmedewerker Economische zaken
Donderdag 8 juli, 11.00 tot 12.15 uur

A Het toeristisch-recreatieve aanbod in Lelystad

1. Wat zijn de belangrijkste toeristische attracties en evenementen in de gemeente Lelystad en hoeveel bezoekers trekken ze jaarlijks?

Attracties: (zie ook www.vvvflevoland.nl en www.lelystad.nl)

1. *Bataviastad*: het outletcentre Bataviastad is de topattractie van Lelystad. In 2002 trok het 1,9 miljoen (NRIT, 2003) bezoekers.
2. *Bataviawerf*: een openluchtmuseum annex werf waar replica's van 17^e eeuwse VOC schepen worden gebouwd (Batavia, inmiddels gereed en de zeven Provinciën, waar nu aan gebouwd wordt). De werf trekt jaarlijks zo'n 200.000 bezoekers
3. *Avoidrome*: Een themapark annex luchtvaartmuseum op het Vliegveld Lelystad. Het museum is in 2003 uit Schiphol (waar het Avoidome heette) naar Lelystad verhuisd en herbergt een aantal historische vliegtuigen. Het aantal bezoekers is niet bekend. De verwachting is dat het museum op termijn zo'n 300.000 bezoekers per jaar zal trekken.
4. *Nieuwland polder museum*: een museum over de geschiedenis van Flevoland en de Zuiderzee. Trekt jaarlijks 30.000 à 40.000 bezoekers.
5. *Natuurpark Lelystad*: een gratis openluchtpark waar o.a. een prehistorisch dorp is nagebouwd en wilde dieren vrij rondlopen. Trekt jaarlijks zo'n 200.000 bezoekers.
6. *Oostvaardersplassen*: een groot natuurgebied van Lelystad tot Almere. De randen zijn vrij toegankelijk, maar voor de rest is het een afgesloten natuureservaat.
7. *Nederlands Instituut voor Scheeps & Onderwaterarcheologie (NISA)*: een museum over de Nederlandse scheepvaarthistorie.
8. Tot voor kort was in Lelystad ook nog het nationaal sportmuseum *Olympion* gevestigd, maar dit is onlangs gesloten vanwege te lage bezoekersaantallen.

Evenementen:

In het centrum van Lelystad worden 's zomers een *Oldtimermeeting* en het *Pleinfeest* (muziekfestival) gehouden. Daarnaast wordt in de haven het *Waterfestival* gehouden. Er is 's zomers geen (wekelijkse) braderie in Lelystad. Bezoekersaantallen zijn niet bekend.

2. Hoe groot is het aanbod aan verblijfsaccommodaties en hoeveel (toeristische) overnachtingen vinden er plaats in de gemeente Lelystad?

Er is een vrij laag aanbod aan verblijfsaccommodaties: 3 campings, 2 hotels en ca 10 bed & breakfast accommodaties, die bovendien meestal een lage bezettinggraad hebben. Er zijn zeer weinig toeristische overnachtingen in Lelystad, de hotels trekken praktisch alleen zakelijke overnachtingen. Cijfers zijn niet bekend.

3. Wat zijn de sterke en zwakke kanten van het toeristisch-recreatieve aanbod en de sector in Lelystad?

Sterke kanten:

Er is een groot natuurgebied (Oostvaardersplassen); de gemeente heeft een groene uitstraling; ze is goed bereikbaar; ze heeft met Bataviastad een publiekstrekker van nationale allure; de stad ligt aan het water.

Zwakke kanten:

Lelystad heeft een negatief imago; er is nauwelijks toerisme; het onderhoudsniveau van het groen en de fiets- en wandelpaden is te laag. Er is teveel groen en er zijn teveel fiets- en wandelpaden en dit is te duur om goed te onderhouden.

B Achtergrond

- 1. Lelystad heeft de afgelopen jaren hard aan de weg getimmerd op het gebied van leisure. Nog maar een paar jaar geleden opende het outlet centre *Bataviastad* haar deuren en dit was meteen een groot succes. Afgelopen najaar is ook het luchtvaartmuseum/themapark *Aviodrome* geopend. Lelystad was altijd al bekend vanwege de *Bataviawerf*. Wat is voor de stad de reden geweest om zich zo sterk met leisure te profileren? Welk doel wil ze ermee bereiken? Zijn de beoogde doelen bereikt?**

Er is in Lelystad niet doelbewust voor gekozen om leisure tot een van de speerpunten van het beleid te maken. In '96 wilde een projectontwikkelaar een outlet factory (een concept dat in het buitenland succesvol was gebleken) in Nederland ontwikkelen. Hij koos ervoor om dat in Lelystad te doen. Het outlet centre Bataviastad werd gebouwd op een locatie nabij de haven, waar ook de Bataviawerf en een aantal musea reeds gevestigd waren. Deze locatie is namelijk goed bereikbaar en er is genoeg ruimte.

Omdat Bataviastad zoveel bezoekers trekt, ziet de gemeente echter kansen om dit gebied bij de haven, het zogenoemde *Bataviapark*, te ontwikkelen tot een leisurepark van nationale allure. Er is immers voldoende ruimte, er is een haven, de locatie is goed bereikbaar en er is een publiekstrekker die voor de 'critical mass' kan zorgen.

De rol van de gemeente is tweeledig: enerzijds faciliteert zij de openbare ruimte en infrastructuur. De gemeente draagt zorg voor een goed voorzieningsniveau en een aantrekkelijke openbare ruimte. Ook tracht zij de fysieke samenhang in het gebied te behouden/versterken, door alle nieuwe attracties en voorzieningen op een beeldkwaliteitplan te toetsen en de openbare ruimte uniform aan te kleden.

Anderzijds probeert ze ontwikkelingen te stimuleren en in goede banen te leiden. Ze ontwikkelt zelf geen attracties, maar is wel actief ondernemers aan het werven. Het doel van de gemeente is om vooral in te spelen op de beleveniseconomie. De gemeente wil vooral de haven en pleziervaart verder ontwikkelen en 'actieve' vormen van leisure aantrekken. Ze wil geen nieuwe musea op het terrein, maar vooral 'doe-recreatie'. Daarnaast wil ze graag nieuwe faciliteiten, zoals een congresruimte, hotelaccommodaties en een fitness/saunacomplex op het gebied ontwikkelen om de toerisme te stimuleren. Vanwege het vaak regenachtige en winderige weer in de polder wil de gemeente zoveel mogelijk indoor activiteiten op het park aantrekken, zodat het park het hele jaar door toeristen en recreanten kan trekken. Ook wil ze graag een bioscoop of discotheek aantrekken, omdat er nu 's avonds nog niets te doen is, terwijl alle faciliteiten (bereikbaarheid, parkeerplaatsen) er wel zijn en deze 's avonds dus ook niet gebruikt worden.

De doelen van het ontwikkelen van leisure en het Bataviapark in Lelystad zijn: meer toeristen en recreanten trekken; werkgelegenheid creëren; het imago verbeteren. De gemeente monitort het proces en hieruit blijkt dat de gestelde doelen zich in positieve zin ontwikkelen.

- 2. Op welk publiek richt Lelystad zich op het gebied van leisure? Wordt de doelgroep vooral gevormd door mensen uit de regio of ligt de nadruk op heel Nederland?**

Bataviastad is een attractie met een landelijk bereik, de rest van de attracties trekken vooral mensen uit de regio. De gemeente wil enerzijds het publiek van Bataviastad langer vasthouden door het ontwikkelen van nieuwe vormen van leisure en het faciliteren van voorzieningen.

Anderzijds wil ze niet nog een trekker van landelijke allure, omdat de infrastructuur van Lelystad dat niet zou aankunnen. Nieuwe attracties moeten zich richten op het regionale publiek en daarnaast ervoor zorgen dat het Bataviastad publiek langer in Lelystad blijft. De attracties in het Bataviapark moeten een elk-wat-wils aanbod bieden. De gemeente richt zich dus niet op een of enkele bepaalde doelgroepen.

3. Lelystad heeft niet echt een sterk imago. Imago is heden ten dage erg belangrijk om bedrijven, bewoners en toeristen te trekken. Wat is volgens u het imago van Lelystad? In hoeverre heeft imagoverbetering als doel meegespeeld in het ontwikkelen van leisure?

4. Wat heeft Lelystad in het verleden gedaan om meer toeristen en recreanten te trekken? Wat heeft zij in het verleden gedaan om haar imago te verbeteren?

Lelystad heeft jarenlang een zeer slecht imago gehad. Zo'n tien jaar geleden kwam Lelystad geregeld in het nieuws vanwege de hoge criminaliteit (woninginbraken, vandalisme) en hoge werkloosheid. Ook kwam de stad slecht in het nieuws toen een halve wijk door een woningcorporatie werd afgebroken, omdat er asbest in de huizen zat. De media filmde de troosteloze afgebroken vlakke. Ook dit heeft Lelystad geen goed gedaan. Tot overmaat van ramp werd Lelystad in die periode ('89-'94) onder curatele gesteld, omdat de begroting niet op orde was. Hierdoor waren er weinig mogelijkheden om de stad te ontwikkelen en de problemen aan te pakken.

De laatste jaren gaat het echter een stuk beter. De gemeente heeft de problemen omtrent de verloedering hard aangepakt. Het imago wordt gaandeweg weer iets beter en bedrijven en bewoners willen zich weer in Lelystad vestigen.

Lelystad heeft vroeger nooit beleid gevoerd op het gebied van leisure. Pas sinds Bataviastad er zit is Lelystad leisure bewust aan het stimuleren en is zij actief in het werven van leisurevoorzieningen.

5. Hoeveel recreanten en toeristen trok Lelystad voor de opening van Batavia stad? Hoeveel bezoekers trokken de attracties en evenementen toen? Hoeveel overnachtingen vonden er toen plaats?

Hierover zijn geen cijfers bekend. De oude attracties zullen gezamenlijk ongeveer 300.000 a 400.000 bezoekers per jaar hebben getrokken. Het aantal overnachtingen was voor de komst van Bataviastad ook al miniem.

C Samenhang tussen centrum en attracties en de attracties onderling

1. Is het centrum onlangs geherstructureerd of gaat dat binnenkort gebeuren? Zo ja, heeft dit effect gehad op de toeristisch-recreatieve sector of verwacht de gemeente dat dit effect zal hebben?

Het centrum is geen prettig verblijfsgebied, er zijn veel donkere, onaangename plekken en het heeft geen identiteit. Het gebied heeft de uitstraling van een wijkwinkelcentrum en heeft dan ook geen echte binnenstadsfunctie. Mensen komen er alleen om boodschappen te doen of te winkelen, maar niet om te funshopen of een terrasje te pakken. (zie ook algemene beschrijving centrum)

Er is een herstructureringsplan (krijg ik nog opgestuurd). Een groot deel van het centrum zal worden gesloopt en er komt ca 20.000 m² winkeloppervlak bij (vooral kwaliteitswinkels). Aan de rand van het centrum zal een verdichting plaatsvinden en er komt meer woningbouw voor jongeren. De openbare ruimte wordt opnieuw ingericht.

De herstructurering is niet bedoeld om meer toeristen naar het centrum te trekken en dat moet de gemeente ook niet willen. Het centrum is er voor de eigen bevolking en het Bataviapark is voor de toeristen. Het geherstructureerde centrum zal ook niet meer recreanten en toeristen uit

het Bataviapark trekken wanneer dit gebied zelf verder ontwikkeld wordt, omdat mensen dan eerder op het Bataviapark blijven om bijvoorbeeld nog even een terrasje te pakken.

Het nieuwe centrum zal ook niet voor meer regionale toestroom van buiten Lelystad zorgen. Daarvoor is de concurrentie met steden als Zwolle, Almere, Amersfoort, Hilversum en Amsterdam te groot. Op dit moment trekken deze winkelcentra veel bezoekers uit Lelystad. Het doel is om te zorgen dat met het nieuwe centrum de afvloeiing naar andere centra minder wordt. Als dat is gelukt, dan is de herstructurering van het winkelcentrum een succes.

2. Hoe groot is de spin-off van de attracties naar het centrum? Is de spin-off de afgelopen jaren vergroot nu er meer attracties zijn (of het centrum is opgeknapt)?

Spin-off van bezoekers (van buiten de stad) van Bataviastad naar centrum was in 2002 ca 12 %. Bataviastad bezoekers bezoeken het centrum vaker voor de horeca (die overigens dun bezaaid is in het centrum), dan voor de winkels.

3. Hoe groot is samenhang tussen de attracties? Bezoeken mensen één attractie of gaan ze echt voor een dagje/weekendje Lelystad waarbij ze meerdere attracties aandoen?

Er is niet heel veel samenhang tussen de attracties. De meeste bezoekers gaan alleen naar Bataviastad. Er is wel sprake van afvloeiing naar de Bataviawerf en het Nieuwe land museum, beide attracties profiteren van de aanwezigheid van Bataviastad. Mensen kiezen niet zozeer voor een dagje Lelystad, maar voor een dagje Flevoland. Hier zien de gemeente en de VVV Flevoland dan ook kansen. Zo is er het idee om gezamenlijk een 'leisurelijn' te promoten. Hierin zouden dan kunnen worden opgenomen: Zuiderzeemuseum Enkhuizen, Bataviastad, Aviodrome, Six Flags en Dolfinarium Harderwijk.

4. Alle grote attracties liggen aan de rand van de stad. Is er bewust voor gekozen om de attracties op deze locaties te realiseren? Wat zijn hiervoor de redenen geweest?

Zie ook vraag B 1. Bataviastad wilde zelf graag op de locatie bij de haven zitten, omdat deze locatie goed bereikbaar is en er genoeg ruimte is. Er is niet heel bewust door de gemeente voor deze locatie gekozen. Voor Aviodrome geldt hetzelfde: voor het luchtvaartpark/museum is het een logische keuze om bij het vliegveld te gaan zitten. De gemeente voert nu echter een actiever beleid: leisurfuncties dienen zich te concentreren op het Bataviapark, echter wanneer potentiële leisurfuncties geluidshinder veroorzaken (kartbaan, moter- of autosport) krijgen ze alleen een vergunning voor een locatie nabij het vliegveld. Hier zijn de geluidscontouren ruim genoeg om deze functies zonder problemen te herbergen.

5. Wat is de invloed van attracties buiten de gemeente (zoals Six Flags) op het toerisme/recreatie in Lelystad?

De invloed van attracties zoals Six Flags is miniem. Een bezoek aan Six Flags is dagvullend en vaak gaan mensen daarna meteen naar huis. Er is misschien een kleine spin-off van andere kleinere attracties (zoals Schokland) naar Lelystad, omdat veel mensen een 'dagje Flevoland' doen.

6. Hoe promoot Lelystad zichzelf en de attracties? In hoeverre heeft de promotie invloed op de bezoekersaantallen?

Gemeente Lelystad heeft wel een algemene promotiecampagne, die de nadruk legt op: 'betaalbaarheid, rust, ruimte en groen' en een slogan: '*Lelystad, voor wie verder kijkt*' De gemeente voert geen actieve promotiecampagne op het gebied van leisure. Dat is ook niet echt nodig, omdat Bataviastad zelf ook een promotiecampagne heeft en zij hebben veel meer geld. De spotjes van Bataviastad op radio en tv hebben enorm veel invloed. Als ze in de media een actie aankondigen, komen er de dagen erna veel meer mensen.

Bijlage 8.5 Interview Hans van der Weerdhof, gemeente Noordwijk

**Functie: senior beleidsmedewerker Economische zaken en toerisme
Dinsdag 13 juli, 15.00 tot 17.00 uur**

A Het toeristisch-recreatieve aanbod in Noordwijk

- 1. Wat zijn de belangrijkste toeristische attracties en evenementen in de gemeente Noordwijk en hoeveel bezoekers trekken ze jaarlijks?**

Attracties:

1. De drie-eenheid *strand, boulevard en winkelcentrum* is de belangrijkste trekker. Samen met het hele strand en duinen gebied (13 kilometer lang) trekt dit gebied jaarlijks zo'n 6 miljoen bezoekers.
2. *Space Expo* is een bekende attractie, maar trekt niet heel veel bezoekers: slechts 80.000 per jaar.
3. Er zijn nog een aantal kleinere musea en attracties, zoals het *Atlantic Wall* museum. Trekken niet zoveel bezoekers maar dragen wel bij aan een goed leisure aanbod en daarmee aan een goed toeristisch klimaat.
4. Er is veel bos in de omgeving en dit maakt Noordwijk een uitzonderlijke plaats in Zuid-Holland (waar weinig bos is).

Evenementen:

1. Er zijn drie dancefestivals en een popfestival. Deze zijn in 2003 voor het eerste gehouden, daarvoor werden er geen pop/dancefestivals georganiseerd.
2. Twee bloemencorso's, die veel toeristen trekken. De Bloemencorso Bollenstreek in Noordwijk trok in 2002 maar liefst een miljoen bezoekers (NRIT, 2003b)
3. In de zomer wekelijks een toeristenmarkt en een braderie.

Er zijn nog een aantal kleinere evenementen, die echter weinig bekendheid genieten en daarom niet apart vermeld worden. Sinds 1998 heeft de gemeente een stimuleringsfonds voor evenementen om de groei van evenementen te stimuleren.

- 2. Wat is de verhouding dagjesmensen en (verblijfs)toeristen in Noordwijk?**

In Noordwijk vinden per jaar ongeveer een miljoen overnachtingen plaats, waarvan ongeveer 575 duizend in hotels, pensions en groepsaccommodaties en ca 425 duizend in appartementen, huisjes en op campings.

- 3. Hoe verhoudt Noordwijk zich qua bezoekersaantallen met andere Noordzee badplaatsen? (Katwijk, Scheveningen, Zandvoort, Bergen aan Zee, Castricum, Callantsoog)**

Qua Nederlandse bezoekers staat Noordwijk op de derde plaats, na Scheveningen en Zandvoort. Het trekt echter nog wel een stuk meer bezoekers dan plaatsen als Katwijk, Bergen en Egmond. Noordwijk is met 4000 bedden de grootste hotelbadplaats van de Noordzeekust, maar niet de grootste qua totaal aantal overnachtingen. Dorpen zoals Castricum en Callantsoog tellen eigenlijk alleen mee wat betreft dagtoerisme, het verblijfstoerisme is er vrij laag.

- 4. Wat zijn volgens u de belangrijkste sterke en zwakke kanten van het toeristisch-recreatieve aanbod in Noordwijk?**

Zie ook SWOT analyse. De belangrijkste sterke punten zijn: de kwaliteit van het gebied (veel bos en natuur) en het sterke imago (zie vraag D 3). Echte zwakke punten zijn er niet, de zwakke punten in de SWOT analyse kan je beter omschrijven als knelpunten.

B De ontwikkelingen in Noordwijk

1. Noordwijk trekt veel zakelijk toerisme (congressen ed). Blijven zakenmensen over het algemeen ook 'plakken' in Noordwijk (bv een nachtje extra) of trekken zij in de vrije uurtjes liever naar andere plaatsen, zoals Amsterdam?

Veel zakenlieden en congresdeelnemers trekken in de vrije uren richting Amsterdam. Hotels organiseren wel dingen, maar het avontuur en de bruisende sfeer van de grote stad trekken toch te sterk. De ligging van Noordwijk vlakbij Amsterdam heeft ook een voordeel. Veel toeristen en congresbezoekers overnachten graag in een mooie rustige omgeving, maar willen graag dicht bij een grote stad zitten. Noordwijk biedt dus een uitkomst, vooral ook omdat de plaats dicht bij Schiphol ligt.

2. Noordwijk presenteert zichzelf op de website als een 'kwaliteitsbadplaats', waar geen plat vertier en massatoerisme heersen. Toch trekt de badplaats zeer veel toeristen (4000 bedden, 30 % van de werkgelegenheid in de toeristische sector). Leidt dit niet toch ongewild tot een vorm van massatoerisme? Wat zou de (negatieve) consequentie hiervan kunnen zijn?

Directe werkgelegenheid uit toerisme is 17,6 %, indirecte werkgelegenheid is rond de 30 %. De stad trekt vooral op zondag veel dagjesmensen, omdat ze de enige plaats in de omgeving is die altijd koopzondag heeft. Op andere dagen ligt het zwaartepunt van het toerisme meer bij het verblijfstoerisme. Zandvoort trekt dan meer dagjesmensen.

In het beleid richt de gemeente zich vooral op het stimuleren van verblijfstoerisme en (kwalitatief) dagtoerisme. Het dagtoerisme zorgt voor meer overlast dan het verblijfstoerisme. Dagjesmensen parkeren op openbare parkeerterreinen, toeristen in de garages van de hotels. Dagjesmensen zijn minder zuinig op de omgeving (zwerfvuil ed) dan toeristen, want toeristen beschouwen de omgeving meer van henzelf (zij zitten er immers wat langer).

3. Voert de gemeente een actief (ontwikkelings)beleid op het gebied van toerisme en recreatie of is het beleid meer faciliterend en passief?

De gemeente voert zowel passief als actief beleid, er is niet echt een nadruk op een van beide. Ze zorgt voor goede voorwaarden en probeert de overlast zoveel mogelijk te beperken. De gemeente houdt zich actief bezig met de ontwikkeling van de badplaats, hoewel ze zelf geen vastgoed ontwikkelt en ook geen actief grondbeleid voert. Vaak worden gebieden in een PPS constructie geherstructureerd of ontwikkeld. Vooral de afgelopen jaren is er veel opgeknapt (zie C 4)

4. Noordwijk heeft een goede naam opgebouwd als luxe badplaats en aantrekkelijke woongemeente. De concurrentie op het gebied van leisure wordt echter steeds groter, elke stad wil zich tegenwoordig graag profileren met leisure. Hoe wil de gemeente de concurrentie in de toekomst voor blijven en ervoor zorgen dat Noordwijk niet 'in verval' raakt?

In het beleid richt de gemeente zich vooral op het stimuleren van verblijfstoerisme en (kwalitatief) dagtoerisme. Ze wil geen massatoerisme en plat vermaak. Ze wil zich blijven onderscheiden van de andere badplaatsen. Het laatste wat je moet doen is afkijken bij de burens. Ze wil meer voorzieningen ontwikkelen. Deze wil de gemeente niet zelf ontwikkelen, ze wil er investeerders voor aantrekken. Wellness leisure (kuuroorden, sauna's ed) zijn de laatste jaren in opkomst. Hier wil Noordwijk zich graag mee profileren, mede omdat kuuroorden goed passen bij het chique imago van Noordwijk.

5. Wat zijn de toekomstplannen op het gebied van toerisme in Noordwijk? Hoe haalbaar zijn deze plannen, sluiten ze aan bij de ontwikkelingen op het gebied van leisure?

Het toekomstig beleid is vooral gericht op het consolideren van de bestaande kwaliteiten. De gemeente kiest om twee redenen voor dit uitgangspunt:

1 – Noordwijk heeft nu een sterk imago en er zijn eigenlijk geen zwakke kanten die een bedreiging vormen voor de toekomstige positie van Noordwijk als luxe badplaats. Noordwijk wil geen massatoerisme en dus is het belangrijk om de huidige situatie als uitgangspunt vast te houden.

2 – Noordwijk kan ook moeilijk uitbreiden, want ze zit omsloten tussen beschermde (natuur- en drinkwater)gebieden. Vanwege het kustverdedigingsbeleid, mag er op de boulevard niet beneden 8 meter n.a.p. gebouwd worden. Noordwijk zit dus op slot en als ze wil uitbreiden is intensiveren de enige uitweg. Ze kan echter geen hoogbouw ontwikkelen want het dorps karakter moet gehandhaafd blijven en vanwege het kustbeleid kunnen er ook geen ondergrondse parkeergarages gebouwd worden. De enige inbreidingsmogelijkheid is het ontwikkelen van de groenstrook tussen Noordwijk aan Zee en Binnen.

Noordwijk heeft daarom een technisch ingewikkelde oplossing bedacht voor dit probleem. De duinen voor de Boulevard worden opgehoogd. Onder deze zogenaamde duinen komt een dijkensysteem van 8 m hoog waarop dan ondergrondse parkeergarages ontwikkeld worden en daaroverheen wordt een duinlandschap aangelegd.

Het beleid van Noordwijk is redelijk haalbaar, echter geld en de economie kunnen de plannen vertragen. Daarnaast vormen de complexe eigendomsverhoudingen in het toeristische centrum een extra moeilijkheid.

C Samenhang tussen het centrum, het strand en andere attracties/evenementen

1. Functioneert het centrum van Noordwijk als een lokaal/regionaal voorzieningencentrum of is een andere (grotere) plaats het voorzieningencentrum voor Noordwijk?

Het winkelcentrum van Noordwijk aan Zee functioneert alleen op zondag als een regionaal voorzieningencentrum, omdat de andere winkelcentra in de omgeving dan meestal gesloten zijn. Op de andere dagen heeft Noordwijk veel concurrentie van Katwijk, maar Noordwijkers winkelen ook in Lisse, Amsterdam en Haarlem. Voor andere functies, zoals horeca en natuur, is Noordwijk door het grote aanbod wel weer het belangrijkste voorzieningencentrum van de regio Holland-Rijland.

2. Hoe groot is de spin-off van het strand naar het centrum? Functioneren het strand en het centrum als een samenhangend geheel of functioneren ze min of meer los van elkaar?

Het strand, de Boulevard en het winkelcentrum functioneren als een drie-eenheid. Hoewel er geen cijfers bekend zijn, is er een sterke samenhang tussen deze gebieden. Dit komt o.a. door de ruimtelijke samenhang tussen deze drie gebieden. Het winkelcentrum loopt uit op de Boulevard en het strand. Het centrum van Noordwijk Binnen functioneert los van het leisuregebied bij de Boulevard, hier komen praktisch geen toeristen.

3. Wordt er beleid gevoerd om de samenhang tussen het strand en het centrum te vergroten? Zo ja, heeft dit beleid effect?

Zie ook vraag C 4. In Noordwijk Binnen wil de gemeente het cultuurhistorisch toerisme stimuleren. Het moet geen vermaaksfunctie krijgen en geen massatoerisme trekken, zoals in Noordwijk aan Zee.

4. Is het centrum onlangs geherstructureerd of gaat dit binnenkort gebeuren? Wat is het effect hiervan geweest op de samenhang tussen centrum en strand of wat verwacht de gemeente dat het effect zal zijn?

In de afgelopen jaren heeft het gebied rond de Boulevard een kwaliteitsimpuls gekregen. In 1998 is het uitgaansgebied aan *de Grent* opgeknapt. In '99 is de hoofdstraat (winkelgebied) opnieuw aangekleed en autovrij gemaakt. Vanaf toen zijn ook de koopzondagen ingevoerd. In 2003 is het verkeersplein opgeknapt en in 2004 is de Boulevard opnieuw aangekleed. Twee pleinen aan de Boulevard staan nog op de lijst om aangepakt te worden.

Al deze maatregelen hebben effect gehad, de samenhang tussen het strand, de Boulevard en het centrum is erdoor vergroot. Voor 1999 was de winkelstraat nog een eenrichtingsstraat voor auto's en was het geen aangenaam verblijfsgebied. Het trok toen ook minder toeristen. Na deze maatregelen is het gebied als een echte (toeristische) drie-eenheid gaan functioneren.

5. Hoe verhoudt het beleid voor het centrum zich tot het toeristisch beleid van Katwijk? Is dit goed op elkaar afgestemd of is er sprake van tegenstrijdigheden?

Sinds anderhalf jaar zijn de VVV's in de regio Holland-Rijnland gefuseerd. Er is nu een VVV-backoffice in Rijnsburg, maar de VVV-balies bestaan nog wel. De plaatsen in de regio hebben elk hun eigen trekkers en karakteristieken en vullen elkaar daarom goed aan: Leiden voor het cultuurhistorisch en stadstoerisme; Leiden en Warmond voor het watertoerisme; Katwijk en Noordwijk voor het strandtoerisme.

D Katwijk en Noordwijk

1. Wat voor publiek trekt Noordwijk? Is het een ander publiek dan in Katwijk? Hoe is de verhouding binnenlandse en buitenlandse toeristen in Noordwijk?

Noordwijk trekt veel verblijfstoerisme; veel buitenlandse toeristen, vooral Duitsers (verhouding = ca 55 % binnenlands en ca 45 % buitenlands) en mensen met wat meer geld. Veel hoteltoerisme en congressen.

Katwijk trekt vooral veel dagjesmensen en in het verblijfssegment nemen de campings een veel belangrijkere rol in. Er komt een ander publiek dan in Noordwijk. Mensen met wat minder geld, veel Hollanders, veel christelijke mensen, veel ouderen en veel gezinnen met kinderen.

2. Hoe komt het dat Katwijk relatief weinig toeristen trekt en Noordwijk zo veel meer?

Noordwijk heeft zich al vanaf eind 19^e eeuw ontwikkeld als badplaats. De Boulevard is heel toeristisch en er zijn heel veel hotels. De bevolking heeft altijd open gestaan voor het toerisme. De visserij was begin 20^e eeuw al uitgestorven.

Katwijk is een christelijk dorp, dat altijd heel behouden is gebleven. Het leefde nog heel lang (tot diep in de 20^e eeuw) van de visserij. Het heeft zich nooit echt op toerisme gericht, de zondagsrust moest bijvoorbeeld altijd sterk bewaard blijven. Ook nu heeft Katwijk nog steeds de uitstraling van een oud Hollands dorp, terwijl Noordwijk meer op de Spaanse Rivera lijkt. Katwijk heeft de toerist gewoon minder te bieden.

3. Wat is volgens u het imago van Noordwijk?

Noordwijk heeft een zeer goed imago, het imago is eigenlijk beter dan de identiteit. Dit komt omdat Noordwijk altijd in verband wordt gebracht met luxe. Er zijn veel chique hotels en weinig campings. Het is de enige badplaats met drie 5 sterren hotels. De koninklijke familie bracht er vroeger haar vakanties door en ook het Nederlands elftal houdt er zijn trainingskamp. Daarnaast ligt de plaats in een mooie natuur- en bosrijke omgeving en is de Estec (ruimtevaartcentrum) er gevestigd.

Het imago is beter dan de identiteit. Aan de boulevard staat veel nietszeggende architectuur en er bevinden zich twee lelijke pleinen. De horeca aan de Grent is vooral op jongeren en plat vermaak gericht. Vooral vroeger was Noordwijk het uitgaanscentrum voor de regio en werd er het hele weekend gefeest. Door gemeentebeleid wordt de overlast nu beperkt.

4. In hoeverre is er samenhang tussen Noordwijk en de verschillende attracties in de omgeving (Space Expo, Duinrell, bloemencorso Bollenstreek, binnenstad Leiden, Amsterdam enz.)?

Attracties uit de omgeving maken veel reclame in Noordwijk (bij VVV en op straat). Sinds de VVV's zijn gefuseerd wordt de regio meer als één geheel gepromoot. Sinds kort is er bijvoorbeeld een toeristenpas, waarmee toeristen korting kunnen krijgen bij attracties en op het openbaar vervoer. Er zijn geen cijfers bekend over de samenhang.

5. In het toeristisch actieplan van de gemeente Katwijk staat dat de promotie van de regio heel belangrijk is. Noordwijk en Katwijk moeten als complementaire badplaatsen functioneren, die elkaar aanvullen in plaats van beconcurreren. Er moet meer worden samengewerkt. De VVV's in de regio (Leiden, Noordwijk, Katwijk, Lisse) gaan fuseren en er moet meer gezamenlijke promotie plaatsvinden. Heeft dit beleid effect of verwacht u dat dit beleid effect zal hebben? Wat is de visie van u of van Noordwijk op deze benadering van het toerisme in de Bollenstreek?

De samenhang tussen de regio zal steeds sterker worden, omdat de regio dit bewust stimuleert (toeristenpas en fusie VVV's in januari 2003). Mensen komen sowieso niet alleen voor Noordwijk of Katwijk, maar voor de Hollandse kust en willen graag meerdere attracties bezoeken. De gemeente Noordwijk heeft een positief kritische visie op de Bollenstreek. Ze vindt samenhang belangrijk en vindt dat de plaatsen in de regio elkaar aanvullen. De Noordwijkse belangen moeten echter niet ondergesneeuwd worden in het ontwikkelen van de regio.

Bijlage 8.6 Telefonisch interview Brigitte Hulscher

 Functie: centrummanager Katwijk
 Maandag 2 augustus 2004, 15.15 tot 16.30 uur

A Het toeristisch-recreatieve aanbod in Katwijk

1. **Wat zijn de belangrijkste toeristische attracties en evenementen in de gemeente Katwijk en hoeveel bezoekers trekken ze jaarlijks?**

Attracties:

- 1) Het strand trekt per jaar ca 1,6 miljoen bezoekers. 92 % van de bezoekers van Katwijk bezoekt het strand.
- 2) Het centrum: 64 % van de bezoekers van Katwijk bezoekt het centrum.
- 3) Het historisch museum Katwijk, bezoekersaantal is onbekend.
- 4) Andere attracties in Katwijk zijn: rederij Triton en subtropisch zwembad Aquamar. Bekende attracties in de omgeving zijn: Space Expo in Noordwijk en Duinrell in Wassenaar (VVV Katwijk, 2004).

Evenementen:

Belangrijkste evenementen: niet bekend. Er zijn in Katwijk in de zomer veel evenementen, gezamenlijk trekken ze jaarlijks 286.000 bezoekers.

2. **Wat is de verhouding dagjesmensen en toeristen in Katwijk?**

In Katwijk overnachten jaarlijks zo'n 215.000 mensen. De accommodatiesector in Katwijk zou meer bezoekers kunnen herbergen. Het bezettingspercentage van de hotels en pensions is 42 %.

3. **Hoe verhoudt Katwijk zich qua bezoekersaantallen met andere Noordzee badplaatsen? (Noordwijk, Scheveningen, Zandvoort, Bergen aan Zee, Castricum, Callantsoog)**

Zie ook interview Hans van der Weerdhof, Noordwijk. De belangrijkste concurrent in de regio is Noordwijk. Leiden en Lisse trekken veel minder toeristen.

4. **Wat zijn volgens u de belangrijkste sterke en zwakke kanten van het toeristisch-recreatieve aanbod in Katwijk?**

Sterke kanten: het strand; de natuur (grote duingebieden); Katwijk is een familiebadplaats; de plaats heeft een aantrekkelijk winkelcentrum; het heeft een vriendelijke, authentieke uitstraling; veel kleine hotels/pensions; zondagsrust wordt door bezoekers gewaardeerd.

Zwakke kanten: bereikbaarheid niet optimaal; veel kleine hotels/pensions opgedoekt in de laatste jaren; geen luxe hotels (4/5 *).

B De ontwikkelingen in Katwijk

1. **Volgens de cijfers van het *Toeristisch Recreatief Actieplan Katwijk (TRAK)* is het aantal overnachtingen in het toeristisch seizoen (1-4 t/m 1-10) in de gemeente Katwijk tussen 1997 en 2000 met bijna 27.000 gedaald. Hoe is deze daling te**

verklaren? Is deze neerwaartse trend inmiddels gekeerd? Zo ja, hoe? Zo nee, waarom niet?

Het aantal overnachtingen is gedaald en het aantal bedden is ook gedaald. Dit is een proces dat vanuit twee kanten werkt. Enerzijds is het aantal bezoekers gedaald, omdat er minder bedden en accommodaties zijn. Aan de andere kant sluit het aanbod steeds minder aan op de wensen van veel consumenten. Veel consumenten willen steeds meer voorzieningen en luxe in de accommodatie en het aanbod in Katwijk is verouderd en kan niet in deze behoefte voorzien. Hierdoor trekt Katwijk minder bezoekers en zijn sommige accommodaties genoodzaakt om de deuren te sluiten. Deze trend is nog niet gekeerd, maar dat moet wel gebeuren, omdat de politiek inmiddels ook andere prioriteiten heeft gesteld (zie vraag B 2).

2. In het actieplan staat dat een deel van de accommodaties inmiddels is gemoderniseerd, maar dat de gemeente er desondanks nog steeds van uit gaat dat de toerisme in Katwijk zal afnemen. Waarom denkt de gemeente dit?

Het TRAK is inmiddels verouderd. Er zit een nieuwe gemeenteraad in Katwijk en deze raad is wat progressiever dan de vorige raad. Vroeger was Katwijk heel behoudend: wonen was belangrijker dan toerisme. Het economisch belang van toerisme wordt nu veel sterker onderkend. Dagtoerisme is goed voor de middenstand en de ondernemers krijgen meer ruimte. Toerisme moet meer gepromoot worden en de promotie moet meer integraal plaatsvinden.

3. Wat zijn de ambities van Katwijk op het gebied van toerisme en recreatie? Zijn deze ambities volgens u haalbaar? Wat is uw visie op de ontwikkeling van Katwijk als badplaats? Wat zijn volgens u de kansen voor Katwijk?

Katwijk wil meer bezoekers trekken, vooral meer dagjesmensen. De gemeente wil dit bereiken door Katwijk meer en integraler te promoten. Concrete plannen en projecten zijn: een health centrum; een jachthaven; grote hotels; een betere koppeling tussen het strand, de boulevard en het winkelcentrum tot stand brengen; arrangementen bieden.

Volgens Brigitte biedt de cultuuromslag in de gemeente goede kansen voor het verder ontwikkelen van de toeristisch-recreatieve sector in Katwijk. Leisure is een groeisector en hier moet je op inspelen. Het centrum van Katwijk is aantrekkelijk en authentiek (vooral vergeleken met de andere badplaatsen) en de mensen zijn er vriendelijk. Dit is een unieke selling point.

4. Volgens het actieplan is Katwijk nog redelijk authentiek in vergelijking met andere badplaatsen, omdat het toerisme er een veel bescheidenere rol speelt. Volgens het actieplan moet Katwijk deze karakteristiek verder uitbouwen en moet zij zich vooral profileren met 'rust, ruimte en natuur'. De plaats ligt echter in een sterk verstedelijkt gebied. Hoe verhoudt deze ambitie zich met de ligging van Katwijk in dit verstedelijkte gebied?

Katwijk ligt weliswaar in een verstedelijkt gebied, maar heeft zelf een dorps karakter en veel natuur. Veel mensen ontvluchten het stedelijk gebied in hun vrije tijd. Onthaasten in rust van de natuur of een dorp is populair en Katwijk is dichtbij voor stedelingen die even de hectiek van de stad willen ontvluchten. Vooral de 30+ groep is een doelgroep, de jongeren zijn dat iets minder, omdat die vaak juist de drukte van de stad opzoeken in hun vrije tijd.

Katwijk moet haar sterke punten (rust, authenticiteit) behouden, maar wel qua voorzieningen meegaan met de tijd. Het hotelaanbod moet wel aangepast zijn aan de eisen van de tijd. Dit is nu nog onvoldoende het geval. Katwijk moet geen nieuwe attractie gaan ontwikkelen. Er zijn al genoeg attracties in de omgeving en Katwijk heeft zelf een attractie in de vorm van het strand.

C **Samenhang tussen het centrum, het strand en andere attracties/evenementen**

1. Functioneert het centrum van Katwijk als een lokaal/regionaal voorzieningencentrum of zijn Leiden en (in mindere mate) Den Haag het regionale voorzieningencentrum van Katwijk?

Katwijkers zelf winkelen vaak in Katwijk, ook om te funshoppen, daarnaast zijn Den Haag en Leiden populaire winkelsteden. Bezoekers van Katwijk combineren vaak het winkelen met een bezoek aan het strand of een van de evenementen.

2. Hoe groot is de spin-off van het strand naar het centrum? Functioneren het strand en het centrum als een samenhangend geheel of functioneren ze min of meer los van elkaar?

Het strand trekt meer bezoekers dan het centrum. De samenhang tussen het strand en het centrum moet verbeterd worden.

3. Wordt er beleid gevoerd om de samenhang tussen het strand en het centrum te vergroten? Zo ja, heeft dit beleid effect?

De centrummanager is belast met de opdracht om de samenhang tussen het strand en het centrum te verbeteren. De samenhang moet worden verbeterd door de branches in de leisure sector (detailhandel, horeca, VVV) beter te laten samenwerken op het gebied van bijvoorbeeld promotie. Dit gebeurt ook sinds Brigitte dit jaar is aangesteld als centrummanager. Of de samenhang daadwerkelijk is verbeterd is nog niet bekend, maar de betrokken ondernemers zijn enthousiast.

4. Een deel van het kernwinkelgebied is een paar jaar geleden vernieuwd. Heeft dit effect gehad op de spin-off van het strand naar het centrum?

Dit heeft geen effect gehad en dat komt omdat er destijds te weinig promotie voor het nieuwe winkelcentrum is gemaakt. De gemeente dacht dat de ondernemers zelf wel de koppen bij elkaar zouden steken en promotie zouden maken. Volgens Brigitte maken gemeenten vaker de fout om te denken dat ondernemers zelf wel promotie maken voor een winkel/stadscentrum, maar ondernemers hebben het vaak te druk om zo'n gezamenlijke promotiecampagne op touw te zetten. Het is belangrijk om een full-time professional te hebben die de marketing van een centrum coördineert.

5. Een deel van het kernwinkelgebied is nog niet vernieuwd. Gaat dit nog geherstructureerd worden? Zo ja, denkt u dat de spin-off zal vergroten als dit deel ook gemoderniseerd is?

Er zal geen echte herstructurering plaats vinden, maar er is wel een visiewijziging op komst. Hierin wordt aandacht besteed aan de samenhang tussen de Boulevard en het centrum. De Boulevard zal worden heringericht. Het moet meer een flaneerzone worden en minder een doorgaande autoroute. Een deel wordt autoluw gemaakt en eventueel gaat de boulevard in de zomer op bepaalde tijden dicht voor autoverkeer.

Er is tevens een SWOT analyse voor het centrum op komst, die gebruikt moet worden voor de visievorming. Promotie zal een meer prominente plaats moeten krijgen in het beleid, evenals een goede monitoring/ feedback.

6. Hoe verhoudt het beleid voor het centrum zich tot het toeristisch beleid van Katwijk? Is dit goed op elkaar afgestemd of is er sprake van tegenstrijdigheden?

Brigitte weet niet of er daadwerkelijk sprake is van tegenstrijdigheden, maar de beleidssectoren zijn niet echt op elkaar afgestemd. In Katwijk werd tot voor kort nog erg sectoraal gewerkt. De verschillende beleidsvelden werkten niet samen, er was nauwelijks overleg.

D Katwijk en Noordwijk

1. Wat voor publiek trekt Katwijk? Is het een ander publiek dan in Noordwijk? Heeft het strand een lokale, regionale of landelijke aantrekkingskracht?

Zie ook interview Noordwijk. Katwijk trekt veel ouderen en mensen van middelbare leeftijd (gezinnen). Er komen weinig jongeren en ook weinig welgestelde mensen (er zijn geen dure hotels in Katwijk). Er komen ongeveer evenveel Duitse als Nederlandse toeristen en de Duitsers zijn over het algemeen positiever over de plaats dan de Nederlanders. De Duitsers waarderen Katwijk enorm vanwege de authenticiteit en de rust. Ze vinden Katwijk schoon, veilig en kindvriendelijk. Het strand is zowel een lokale, regionale als landelijk trekker.

2. Hoe komt het dat Katwijk relatief weinig toeristen trekt en Noordwijk zo veel meer?

Zie ook interview Noordwijk. Noordwijk heeft zich altijd heel erg op toerisme gericht, terwijl Katwijk heel behoudend was en op de eigen bevolking was gericht.

3. Wat is volgens u het imago van Katwijk? Komt dit overeen met hoe Katwijk zich in de toeristische markt wil profileren?

Katwijk heeft het imago van een *'behoudend, christelijk visserdorp'*, niet echt een imago om massa's toeristen mee te trekken dus. De gewenste identiteit is: *een (qua voorzieningen) moderne badplaats, die trots is op haar traditie, maar oog heeft voor vernieuwing*. De gewenste identiteit komt niet overeen met het imago van Katwijk, vandaar dat de gemeente veel aan promotie wil doen. Ze wil zich niet op één doelgroep richten, maar een breed aanbod bieden. De consument is immers niet voor een gat te vangen.

4. In hoeverre is er samenhang tussen Katwijk en de verschillende attracties in de omgeving (strand Noordwijk, Space Expo, Duinrell, binnenstad Leiden enz.)?

Zie interview Noordwijk.

5. In het actieplan staat dat de promotie van de regio heel belangrijk is. Noordwijk en Katwijk moeten als complementaire badplaatsen functioneren, die elkaar aanvullen in plaats van concurreren. Er moet meer worden samengewerkt. De VVV's in de regio (Leiden, Noordwijk, Katwijk, Lisse) moeten fuseren en er moet meer gezamenlijke promotie plaatsvinden. Heeft dit beleid effect of verwacht u dat dit beleid effect zal hebben?

Brigitte beaamt dat samenwerken met de regio heel belangrijk is, je hebt de toerist dan immers meer te bieden. De VVV's opereren heel erg vanuit die gedachte, de balie in Katwijk dient ook ter promotie van Noordwijk of Lisse. Echter het promoten van Katwijk binnen de regio is ook heel belangrijk.