

**Rapport**

**Toeristische Marketingvisie  
Appelscha en de Boerestreek**

Gemeente Ooststellingwerf  
22 december 2005



5041 RP 02

Sarphatistraat 650 · 1018 AV Amsterdam  
T +31 (0)20 550 20 20 · F +31 (0)20 550 20 22  
consult@LAGroup.nl · www.LAGroup.nl

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1	Aanleiding en opdracht	3
1.2	Gevolgde werkwijze	4
1.3	Over verantwoordelijkheden en risico's	6
1.4	Leeswijzer	6
<b>2</b>	<b>Appelscha anno 2005</b>	<b>8</b>
2.1	Productaanbod	8
2.2	Trends en ontwikkelingen	9
2.3	SWOT	10
2.4	Conclusie: actie is geboden	11
<b>3</b>	<b>Het concept voor de toekomst van Appelscha</b>	<b>12</b>
3.1	Aandachtspunten nieuwe ontwikkelingsrichting	12
3.2	Missie en visie	13
3.3	Ambitie en doelstellingen	16
3.4	Positionering	18
3.5	Ontwikkelingslijnen	20
3.6	Voorzieningen en activiteiten	21
3.7	Promotie	28
3.8	Organisatie	30
<b>4</b>	<b>Samenvatting, conclusies en vervolgstappen</b>	<b>34</b>
<b>b1</b>	<b>Geraadpleegde bronnen</b>	<b>39</b>
<b>b2</b>	<b>Het productaanbod in Appelscha naar gebied</b>	<b>40</b>
<b>b3</b>	<b>SWOT Appelscha</b>	<b>41</b>
<b>b4</b>	<b>Longlist voorzieningen en activiteiten</b>	<b>42</b>
<b>b5</b>	<b>Shortlist voorzieningen en activiteiten</b>	<b>43</b>

# 1

## Inleiding

### 1.1 Aanleiding en opdracht

In december 2003 is in opdracht van de gemeente Ooststellingwerf het 'Kaderplan Recreatie en Toerisme Appelscha en omgeving' uitgebracht, hierna aangeduid met kaderplan. In dit kaderplan is onder meer ingegaan op het toeristische aanbod in Appelscha, de beleidskaders van verschillende overheden en marktontwikkelingen en trends. Vervolgens zijn vraag en aanbod in Appelscha met elkaar geconfronteerd. Daaruit werden sterkten en zwakten van het toeristisch product afgeleid. Tot slot is een missie geformuleerd, is een zonering uitgewerkt, zijn strategie en actiepunten beschreven en zijn mogelijke financieringsbronnen in kaart gebracht. Bij de zonering zijn karakters van gebieden onderscheiden en is daarmee in samenhang ook gekeken naar de meest wenselijke vorm van recreatie. Een van de gebieden betreft de Boerestreek in het centrum van Appelscha. Over 2004 verscheen een voortgangsrapportage van het kaderplan en in januari 2005 heeft de derde versie van het uitvoeringsprogramma het licht gezien.

*Volgens de gemeente Ooststellingwerf is 'de Boerestreek van oudsher het toeristische en recreatieve centrum in Appelscha en omgeving. Er waren in het verleden diverse dagrecreatieve, toeristische attracties en veel horecabedrijven gevestigd. Op het gebied van attracties heeft er weinig ontwikkeling plaatsgevonden en de grootste attractie (Attractiepark Duinen Zathe) is naar buiten geplaatst. De voorzieningen op de Boerestreek zijn niet meegegroeid met de toegenomen wensen/eisen van de markt, dan wel achteruit gegaan. Er zijn veel horeca-voorzieningen aan de Boerestreek, maar het is veel van hetzelfde en de kwaliteit is in zijn algemeenheid matig. Bezoekers zijn snel uitgekeken op de voorzieningen die op de Boerestreek zijn gevestigd en de voorzieningen werken niet versterkend qua aantrekkingskracht. Door de uitplaatsing van Duinen Zathe is een lege plek ontstaan op de Boerestreek, hetgeen de aantrekkelijkheid niet ten goede komt. Daarom wordt al enige tijd gezocht naar de invulling van deze plek en naar potentiële investeerders voor de Boerestreek. Daar wordt al sedert het uitkomen van het kaderplan aan gewerkt, maar tot op heden zonder resultaat. Wel hebben ondernemers en belangenorganisaties de samenwerking ter hand genomen, wat heeft geleid tot gezamenlijke arrangementen'.*

De gemeente Ooststellingwerf heeft LAGroup gevraagd offerte hen te ondersteunen voor ondersteuning bij de concretisering van de toeristische visie. Op basis van ontvangen informatie, telefonisch overleg, de bijeenkomst op 4 april jongstleden in Oosterwolde (met vertegenwoordigers van de gemeente en de kerngroep kaderplan) en de briefing van 26 april 2005 formuleren wij de opdracht als volgt:

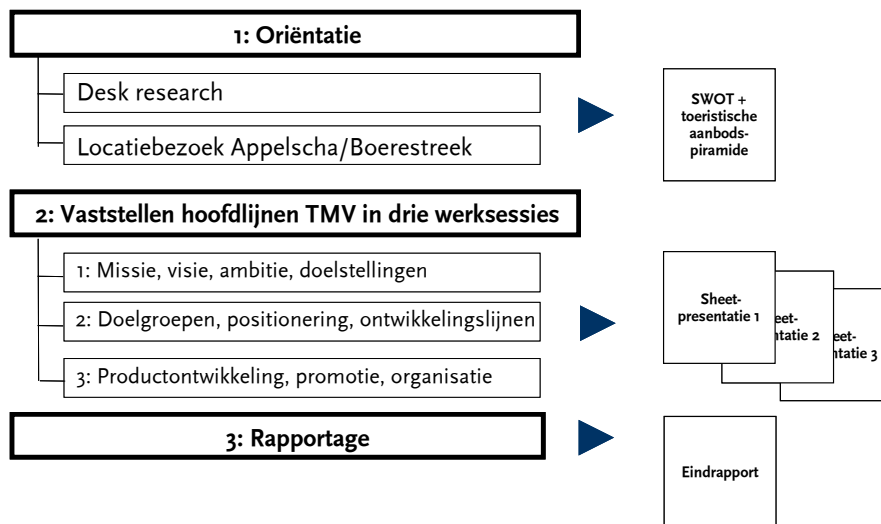
Stel een concrete toeristische marketingvisie op voor Appelscha in het algemeen en voor de Boerestreek in het bijzonder. Besteed daarin aandacht aan de missie/visie, ambitie en doelstellingen, positionering en doelgroepen, ontwikkelingslijnen, productontwikkeling, promotie en organisatie. Baseer de toeristische marketingvisie zoveel mogelijk op het werk dat in de afgelopen jaren al is verzet en scherp dit werkenderwijs aan met lokale/regionale kennis van de toeristische markt en met onafhankelijke expertise van de toeristisch-recreatieve sector.

## 1.2 Gevolgde werkwijze

### Plan van aanpak

De opdracht is in drie stappen uitgevoerd. Bij het hele plan van aanpak maakten wij gebruik van bestaande rapporten en nota's met betrekking tot de Boerestreek, Appelscha, de gemeente Ooststellingwerf en de regio (zie bijlage 1). Waar mogelijk zijn deze aangevuld met ontbrekende aspecten en met eigen inzichten en ervaringen van LAGroup.

#### Plan van aanpak (fase 1)



#### Stap 1: oriëntatie

Wij zijn begonnen met een (verdere) oriëntatie op het project. Dit behelst het kennismaken van bestaande rapporten en nota's, een bezoek aan de Boerestreek, Appelscha en omgeving en het beoordelen van het huidige toeristische aanbod.

#### Stap 2: hoofdlijnen toeristische marketingvisie

De elementen die deel uitmaken van de toeristische marketingvisie zijn in drie werksessies besproken. Beginnend met de missie, visie en ambitie, kwamen in de tweede sessie doelgroepen, positionering en ontwikkelingslijnen aan bod. In de laatste werksessie stonden productontwikkeling, promotie en organisatie centraal. Ook bij stap 2 zijn wij zoveel mogelijk van bestaande informatie uitgegaan en hebben voorts zoveel mogelijk aansluiting gezocht bij reeds ingezette ontwikkelingen.

Elk werksessie bestond uit twee elementen: (a) de terugkoppeling van eerdere bevindingen waarin - voor zover van toepassing - bijstellingen zijn gedaan op basis van het overleg met de werkgroep en (b) een voorstel van LAgrouP voor de volgende elementen van de toeristische marketingvisie, dat werd toegelicht aan en besproken met de leden van de werkgroep.

### ***Stap 3: rapportage***

De bevindingen uit de werksessies vormen de basis voor het opstellen van het rapport toeristische marketingvisie. In dit rapport hebben wij de in de werkgroep vastgestelde hoofdlijnen nader uitgewerkt. Het uiteindelijke resultaat is een heldere toeristische marketingvisie op basis van duidelijke keuzes. Deze kan enerzijds worden gebruikt als richtinggevend kader voor de gemeente Ooststellingwerf, voor intermediaire organisaties op het gebied van toerisme en recreatie in de regio en voor bestaande ondernemingen in Appelscha op het gebied van toerisme en recreatie. Anderzijds vormt de toeristische marketingvisie de basis voor het werven en selecteren van nieuwe investeerders voor Appelscha in het algemeen en de Boerestreek in het bijzonder.

### ***Slagvaardige werkgroep***

Om snel te kunnen handelen, is gewerkt met een kleine slagvaardige werkgroep op basis van werksessies onder leiding van LAgrouP. De samenstelling is van groot belang voor het welslagen van het project. Bij de omvang en de samenstelling van de werkgroep hebben wij de volgende criteria gehanteerd:

- geen *direct* belanghebbenden (dus geen huidige exploitanten);
- kennis van en visie op de lokale en regionale toeristisch-recreatieve markt;
- onafhankelijk en slagvaardig (maximaal vijf à zes personen, exclusief de adviseurs van LAgrouP).

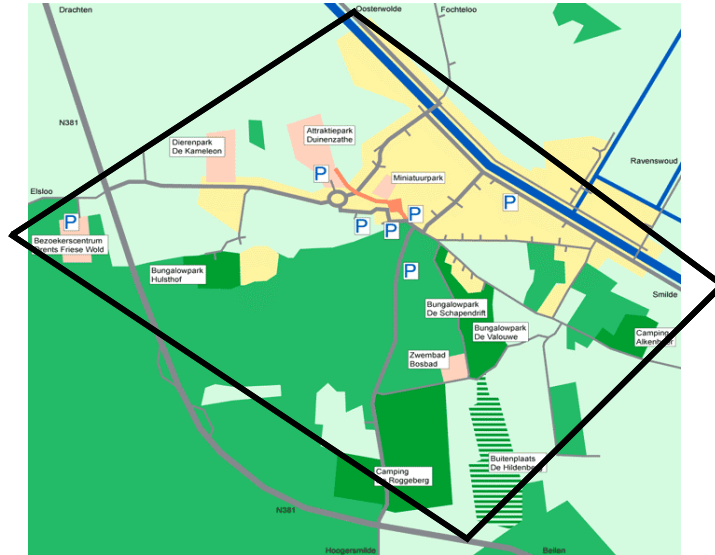
De gemeente Ooststellingwerf heeft de werkgroep als volgt samengesteld:

- de heer P. Bouwhuis, directeur Makelaardij De Smelthe Oosterwolde B.V.;
- de heer H. Dekker, voormalige brancheadviseur (recreatie, toerisme en horeca) bij Rabobank Nederland;
- de heer H. van Olphen, voormalig directielid Bercoopbank;
- de heer A. Pronk, coördinator projecten Recreatiecentra Nederland (RCN);
- mevrouw W. Wassink, beleidsmedewerker recreatie, toerisme en milieu van de gemeente Ooststellingwerf;
- de heer G. Hoven, projectcoördinator voor de gemeente Ooststellingwerf.

De werkgroep nam deel aan de werksessies, reageerde op (tussentijdse) rapportages en gaf input.

### **Afbakening van het gebied**

In de onderstaande afbeelding geven wij het kader van het onderzoeksgebied aan. Dit gebied bestaat uit de volgende vier deelgebieden: Boerestreek, Bosberg + Boswachterij, Wester Es + Staatsbosbeheer (SBB) en de Vaart. Niet alle huidige aanbieders vallen binnen dit kader. Dit heeft echter geen effect op de visie voor Appelscha. Uiteindelijk kunnen deze bedrijven zich wel in een van de vier deelgebieden herkennen.



### **1.3 Over verantwoordelijkheden en risico's**

Dit rapport is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld, onder meer gebaseerd op de door de opdrachtgever en de leden van de werkgroep aangereikte informatie. De verantwoordelijkheid voor dit rapport ligt bij LAGroup. Bij het opstellen van de toeristische marketingvisie is zoveel mogelijk rekening gehouden met (1) bestaande rapporten en nota's en (2) met de ideeën en visies van de werkgroepleden.

Uiteraard kunnen zich ontwikkelingen voordoen die op dit moment niet kunnen worden voorzien of die momenteel nog niet bekend zijn. Dit rapport en de bijlagen vormen een onverbreekelijke geheel. Indien dit rapport aan derden ter beschikking wordt gesteld, dan dient dit bij voorkeur in zijn geheel te geschieden.

### **1.4 Leeswijzer**

Hoofdstuk 2 belicht toeristisch Appelscha anno 2005 waarbij het huidige productaanbod aan bod komt, op trends en ontwikkelingen wordt ingaan en een SWOT wordt opgesteld. In hoofdstuk 3 staat het concept voor de toekomst van Appelscha centraal. Hierbij komen missie en visie aan bod alsmede de ambitie van Appelscha en de doelstellingen. Ook wordt ingegaan op de parameters, waarmee deze doelstellingen getoetst kunnen worden, de positionering en de thema's (ontwikkelingslijnen) waarlangs Appelscha zich wil ontwikkelen.

Het hoofdstuk wordt vervolgens afgesloten met de uitwerking van de ontwikkelingslijnen, waarbij onderscheid is gemaakt naar voorzieningen (hardware) en activiteiten (software), de promotie en de organisatie.

# 2

## Appelscha anno 2005

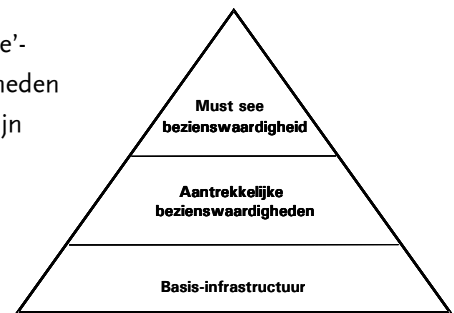


*Dit hoofdstuk geeft een overzicht van het toeristisch-recreatieve product in Appelscha. Vervolgens beoordelen wij dit product en kijken wij naar de kansen en bedreigingen die door de markt kunnen ontstaan. Verder omvat dit hoofdstuk een ontwikkelingsschets van toeristisch Appelscha als er niet snel actie wordt ondernomen.*

### 2.1 Productaanbod

De toeristische aanbodspiramide is een middel om het toeristische aanbod van een plaats of een gebied te analyseren. Dit instrument gebruiken wij om een eerste beeld te geven van de huidige situatie in Appelscha. Door middel van de toeristische aanbodspiramide wordt de opbouw van het toeristische product van Appelscha bekeken. De toeristische aanbodspiramide bestaat uit drie lagen.

- De top van de piramide bestaat uit de 'must-see'-bezienswaardigheden. Dit zijn bezienswaardigheden die voor een plaats of gebied imagobepalend zijn en die veelal een reden vormen om er voor de eerste keer een bezoek te brengen.
- Het middenniveau wordt gevormd door aantrekkelijke locaties/bezienswaardigheden. Deze vormen voor de toerist vaak een reden om langer in het gebied te verblijven of om er nog een keer terug te komen. Naast het fysieke aanbod kan ook het niet-fysieke aanbod, zoals de sfeer deel uitmaken van de aantrekkelijke locaties/bezienswaardigheden.
- De basisinfrastructuur van de piramide betreft alle voorzieningen die nodig zijn om als toerist in de plaats of in het gebied aangenaam te kunnen verblijven, zoals verblijfsaccommodaties, horeca, parkeervoorzieningen, bewegwijzering enzovoort. Deze voorzieningen vormen in het algemeen geen reden voor de toerist om naar een gebied te komen, maar indien deze niet in orde zijn, vormen ze wel een reden om weg te blijven.



Het toeristisch-recreatieve product Appelscha onderscheiden wij naar attracties/bezienswaardigheden, verblijfsrecreatie, F & B horeca (openbaar), sport/ontspanning en recreatieve infrastructuur. Om een beter zicht te krijgen op ruimtelijke concentraties c.q. spreiding van het toeristisch-recreatieve aanbod delen wij Appelscha in vier gebieden: de Boerestreek, de Bosberg + Boswachterij Appelscha, Wester Es + kruising met Terwisscha en de Vaart. De tabel met het productaanbod naar gebied is in bijlage 2 te vinden.



De indeling van het huidige productaanbod van Appelscha in de drie lagen van de aanbodspiramide ziet als volgt uit:

- Een 'must-see' bezienswaardigheid in Appelscha is de mooie natuur. De ligging van Appelscha binnen of nabij het Nationaal Park Drents-Friese Wold (Bosberg, Kale Duinen), de bossen van Ravenswoud en het Fochteloërveen met daarin een mooi vormgegeven uitkijktoren is zeker een aanleiding om voor de eerste keer een bezoek te brengen aan Appelscha. Wel is het zo dat ook andere plaatsen in de buurt mooie natuur hebben (bijvoorbeeld Dwingeloo met nabij het Nationaal Park Dwingelderveld).
- Verder beschikt Appelscha over verschillende aantrekkelijke locaties/bezienswaardigheden die het bezoek aan deze plaats kunnen verlengen, zoals het bezoekerscentrum van Staatsbosbeheer, Attractiepark Duinen Zathe, de Tuin van Appelscha, recreatiegebied de Bongerd, Bosbad Appelscha, het Aekingermeer, midgetgolfpark Friesland, golfbaan Quality Golf Resort Appelscha en de diverse musea. Op dit moment worden deze dagattracties hoofdzakelijk solitair bezocht zodat er weinig tot geen synergie ontstaat tussen de verschillende voorzieningen.
- De basisinfrastructuur omvat met name alle verblijfsaccommodaties, de horeca en de detailhandel in Appelscha. Ook de routes (fiets-, wandel-, mountainbike- en ruiterroutes) behoren tot de basisinfrastructuur.

Hoewel de natuur in en rondom Appelscha prachtig is, is dit geen uniek product. In Noord-Nederland biedt ook Drenthe veel natuurschoon en buiten Noord-Nederland zijn er vele andere bekende natuurgebieden (Veluwe en Veluwezoom, Weerribben, Oisterwijkse Vennen, Loonse en Drunense Duinen, enzovoort).

## 2.2 Trends en ontwikkelingen

Trends en ontwikkelingen op demografisch, economisch, sociaal-cultureel en technologisch gebied beïnvloeden ook toerisme en recreatie in Appelscha. Hieronder worden de belangrijkste trends voor Appelscha kort weergegeven.

### ***Ook in Appelscha blijft de tijd niet stil staan***

Een reis, een uitstapje en een bezoek moeten tegenwoordig een echte belevenis zijn. De gast wil iets meemaken dat uitzonderlijk is en hem of haar raakt. Daardoor blijft het hem/haar nog lange tijd bij. Hij/zij heeft iets meegemaakt en kan dat doorvertellen. Kortom: het gaat om betekenisvolle belevenissen. De eisen van de consument aan de kwaliteit daarvan zijn hoog en de belevingsopbrengst moet gegarandeerd zijn. Deze trend in het achterhoofd houdend, kan naar de mogelijke activiteiten in het buitengebied van Appelscha worden gekeken. Wellicht dat er ook nog andere delen van het toeristisch-recreatieve productaanbod kunnen worden gebruikt voor een onvergetelijke belevenis.

De vergrijzing blijft voorlopig een actueel thema. De groep van de 65-plusser is al langer aan het groeien. Deze ontwikkeling zal de komende jaren nog doorzetten en haar piek

bereiken rond 2040, wanneer bijna een kwart van de bevolking 65 jaar en ouder zal zijn. De ouderen van nu blijven zich ondanks hun leeftijd jong voelen. Vakanties mogen wel actief en avontuurlijk zijn, maar dan wel met een hoog service- en veiligheidsgehalte.

Onafhankelijk van de leeftijd geldt dat de kwaliteit van het leven steeds belangrijker is. Deze trend heeft gevolgen voor het type en de kwaliteit van de dienstverlening en het toeristisch-recreatieve product van Appelscha.

Technologische ontwikkelingen zorgen ook in de toeristisch-recreatieve sector voor veranderend gedrag van de consument. Door middel van internet zoekt en vindt de gast al van tevoren informatie over zijn reisbestemming, kunnen bestemmingen, producten en prijzen worden vergeleken en kan de reis tenslotte ook worden geboekt. Daarnaast zorgen technologische ontwikkelingen ook voor veranderingen in producten. Een struintocht met GPS-apparatuur is inmiddels net zo vanzelfsprekend als het luisteren naar verhalen bij een stadswandeling via je eigen mobiele telefoon. De technologische ontwikkeling stelt eisen aan de informatiefunctie van de VVV.

Alle bovengenoemde ontwikkelingen leiden tot reiservaren, beter voorbereide, kritische en prijsbewuste consumenten. Deze zijn inmiddels een echte uitdaging voor de toeristisch-recreatieve ondernemer en de VVV-organisaties. Om gasten nieuwsgierig te maken, is onderscheidend vermogen een must. Anders zijn dan 'gewoon' en een ander product bieden dan de collega-ondernemers. Willen de ondernemer en de VVV hun gasten blijven trekken dan kunnen zij er niet omheen hun product van tijd tot tijd te vernieuwen. Hierbij is niet alleen een taak weggelegd voor de ondernemers van Appelscha, maar ook voor de gemeente. Om iets bijzonders en onderscheidends te ontwikkelen, is het noodzakelijk om een helder beeld te hebben van de eigen identiteit en te weten wat men wil uitdragen. Tevens is het belangrijk om het product van de concurrent(en) te kennen. Het toeristisch-recreatieve veld zou bijvoorbeeld één keer per jaar bij elkaar kunnen komen om samen na te denken over de vernieuwing van het product Appelscha of over de ontwikkeling van een nieuw evenement.

## 2.3 SWOT

Bij de beoordeling van het toeristisch-recreatieve product van Appelscha gebruiken wij de informatie uit bestaande onderzoeken en nota's en vullen deze aan op basis van onze eigen inzichten en ervaringen. Wij beoordelen het product in de vorm van een SWOT.<sup>1</sup> De sterkten en zwakten hebben betrekking op het toeristische aanbod in brede zin. Hierbij gaat het om interne factoren die beïnvloedbaar zijn. Het overzicht van sterkten en zwakten is te vinden in bijlage 3. Kansen en bedreigingen komen voort uit de markt en de marktontwikkelingen. Het gaat hierbij om externe factoren die niet of nauwelijks beïnvloedbaar zijn. Het overzicht van kansen en bedreigingen is tevens te vinden in bijlage 3.

<sup>1</sup> SWOT staat voor Strengths (sterkten), Weaknesses (zwakten), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen).

## 2.4 **Conclusie: actie is geboden**

Het productaanbod van Appelscha is al langer aan vernieuwing toe. Indien de gemeente en alle bij het toerisme betrokken bedrijven en organisaties verder niets ondernemen om het tij te keren, dan dreigt het product verder achter te lopen bij de hedendaagse eisen van de markt. Terwijl de concurrentie wel gaat investeren om bij de tijd te blijven, zal de negatieve spiraal in Appelscha vermoedelijk doorgaan.

Dit geldt met name voor de Boerestreek. De Bosberg en het daaromheen liggende gebied ontwikkelen zich zelfstandig (verder) en wel in een richting die niet aansluit op het gebodene op de Boerestreek en omgeving (golfers, huurders/gebruikers van duurdere verblijfsaccommodaties enzovoort). Ofwel Appelscha biedt met de Boerestreek en de Bosberg/de Hildenberg geen uniform product. Dit maakt het moeilijk om Appelscha als één product te vermarkten, ook qua communicatie. Bovendien komen er naar de Boerestreek andere doelgroepen dan naar de Bosberg/de Hildenberg. Deze doelgroepen zijn dermate verschillend dat ze mogelijk met elkaar kunnen botsen. Als hier geen koppeling wordt gemaakt tussen de verschillende deelgebieden van Appelscha, dan is het mogelijk dat ieder deelgebied uiteindelijk voor zichzelf gaat en er geen sprake zal zijn van synergie. Deze ontwikkeling is niet bevorderlijk voor de doelstelling om Appelscha weer op de toeristische kaart te zetten.

De gemeente heeft bij de ontwikkeling van toeristisch Appelscha de taak om duidelijk en helder leiding te geven door een richting uit te stippelen en de bestemmingen daarop aan te passen. Als dit niet gebeurt, kunnen kansen worden misgelopen, zoals destijds de kans om het bezoekerscentrum van Staatsbosbeheer binnen Appelscha te vestigen en daarmee het gat van de Boerestreek te vullen.

# 3

## Het concept voor de toekomst van Appelscha

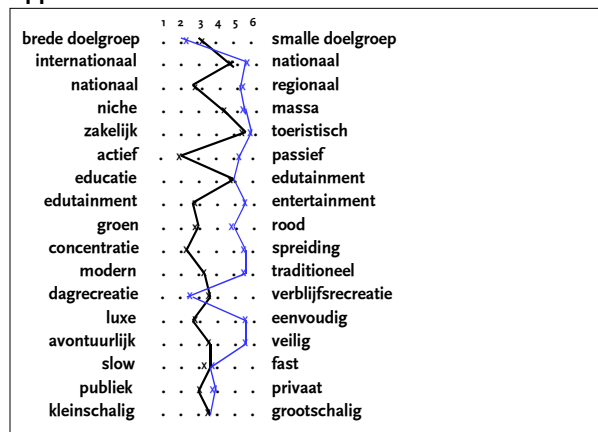


*Toeristisch Appelscha wordt de afgelopen jaren min of meer gekenmerkt door stilstand. Om het toeristische productaanbod van Appelscha weer nieuw leven in te blazen moeten keuzes worden gemaakt. Hoe zal de toekomst van toeristisch Appelscha er uitzien? Waar worden de accenten gelegd? Staat Appelscha voor een rustig dorp met mooie natuur er omheen of voor een spetterend attractiedorp? Welke doelgroepen zullen naar Appelscha komen? En zal Appelscha een aantrekkelijke bestemming worden voor dagrecreanten of eerder voor verblijfsrecreanten? In dit hoofdstuk schetsen wij een richting voor de toekomst van Appelscha.*

### 3.1 Aandachtspunten nieuwe ontwikkelingsrichting

Voordat wij voor Appelscha een nieuwe missie, visie en ambitie formuleren, hebben wij gezamenlijk met de werkgroepleden naar belangrijke aandachtspunten gekeken met betrekking tot het productaanbod en de doelgroepen. Daarbij stond eerst de huidige situatie in Appelscha centraal (dunne lijn). Vervolgens is samen met de werkgroep gekeken waar de accenten in de toekomst moeten liggen (dikke lijn).

#### Aandachtspunten bij missie, visie en ambitie voor Appelscha NU en TOEKOMST



Dit betekent dat bij de toeristische marketingvisie voor Appelscha de volgende ontwikkelingen wat betreft doelgroepen en productaanbod wenselijk zijn:

- het accent ligt en blijft liggen op toeristische bezoekers, zowel verblijfs- als dagtoeristen;
- richten op een smallere doelgroep (meer focus);
- iets groter bereik geografisch gezien;
- van massa meer richting niche;
- van passieve naar meer actieve tijdsbesteding;

- van entertainment duidelijk naar meer edutainment;<sup>2</sup>
- van rood naar meer groen;<sup>3</sup>
- van spreiding duidelijk naar meer concentratie;
- van traditioneel naar meer modern;
- streven om naast dagrecreatie meer het accent te leggen op verblijfsrecreatie;
- een duidelijke verschuiving van eenvoudig naar luxer;
- meer avontuurlijk aanbod in plaats van een veilig aanbod;
- een kleine verschuiving van fast naar slow;<sup>4</sup>
- van privaat naar meer publiek (een grotere rol voor de overheid);
- zowel klein- als grootschalige voorzieningen.

### 3.2 Missie en visie

De missie is de drijfveer van een organisatie of van een gebied. Anders gezegd, wat is de 'raison d'être' ofwel de bestaansreden van een organisatie of gebied. Voor Appelscha verwoorden wij de missie als volgt:

*Het bieden van passieve en actieve ontspanning waarbij de natuurlijke elementen (natuur, groen, ruimte) van Appelscha de basis vormen en waarbij passende voorzieningen de verblijfsduur verlengen en/of veraangenamen.*

De visie specificeert de missie en geeft antwoord op de vragen wat, waar en hoe, voor wie en met wie een en ander zal worden gerealiseerd. Wij verwoorden de visie voor Appelscha als volgt:

#### **Wat?**

- Groene gebieden binnen Appelscha die zoveel mogelijk met elkaar zijn verbonden door middel van wandel-, fiets- en ruitersporen en waar op bepaalde plekken voorzieningen zijn voor actieve (klimmen) of passieve (luieren op de Bongerd) ontspanning. Daarnaast is aansluiting op de groene gebieden buiten Appelscha belangrijk (bijvoorbeeld fietsverbinding met Fochteloeerveen).
- Concentratieplekken van dag- en verblijfsrecreatieve voorzieningen die elkaar versterken (zoals het Bosbad + RCN De Roggeberg) en waarbij met de inrichting van de openbare ruimte rekening wordt gehouden met de dag- en verblijfsrecreanten (bereikbaarheid, parkeervoorzieningen, straatmeubilair).

#### **Waar?**

- De natuur is alom aanwezig binnen Appelscha. De meest kenmerkende/bepalende groene gebieden zijn de Bosberg, de Bongerd, Aekingermeer (Canadameer), de Kale Duinen, Fochteloeerveen en de bossen van Ravenswoud.

2 Educatief entertainment.

3 Minder harde materialen (steen, beton enzovoort) meer natuurlijke materialen (hout, grind enzovoort).

4 Hierbij gaat het om onthaasten en een ander ritme ('genieten doe je langzaam'). 'Fast' en 'slow' dienen in een goede balans te zijn.

- Boerestreek, Hildenberg en Terwisscha. De laatste twee liggen ook nabij ingangen naar Appelscha, die leiden naar de Boerestreek (het hart). De focus van de drie gebieden is verschillend:
  - functies van de Boerestreek: winkelen, slenteren, terrasje pikken, eten en drinken, kijken naar optredens, overnachten, vertrekpunt om de omgeving te verkennen en informatieverstrekking;  
voorzieningen op de Boerestreek: gevarieerde horeca, attracties, detailhandel, galerieën, kleinschalige verblijfsaccommodaties, fiets- en wandelroutes, informatievoorziening, plein, muziekkoepeel;
  - functies van de Hildenberg: overnachten, sporten, terrasje pikken;  
voorzieningen op de Hildenberg: grootschalige verblijfsaccommodaties zo mogelijk met horecavoorzieningen (intern), sportfaciliteiten, kleinschalig horecapunt (extern);
  - functies van het gebied 'Terwisscha': kennis opdoen (natuureducatie), terrasje pikken, hapje eten, startpunt om de omgeving te verkennen en informatieverstrekking;  
voorzieningen in het gebied 'Terwisscha': bezoekerscentrum, kleinschalig horecapunt, fiets- en wandelroutes en informatievoorziening.

Zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin zullen uitbreidingen en/of nieuwe elementen langs deze visie worden beoordeeld.

#### **Voor wie?**

- Dagtoeristen:
  - primair inwoners uit Noord-Nederland (circa 1,7 miljoen) en toeristen die in een straal van circa 50 km. rondom Appelscha verblijven;
  - met de focus op gezinnen met kinderen en vijftigers/zestigers;
  - met de focus op huishoudens met tweemaal modaal en meer.
- Verblijfstoeristen:
  - primair inwoners uit Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht (voor lange vakanties<sup>5</sup>) en inwoners uit Noord-Nederland (voor korte vakanties<sup>6</sup>);
  - met de focus op gezinnen met kinderen en vijftigers/zestigers.

Om enige indicatie te krijgen welke aantallen dit betreft, volgt hierna - voor zover mogelijk - een kwantificering van de hiervoor benoemde primaire doelgroepen.

In Noord-Nederland wonen ongeveer 1,7 miljoen inwoners, waarvan circa 585.000 (35%) behoort tot de leeftijdscategorie 50 jaar en ouder. Deze 1,7 miljoen inwoners vormen tezamen 732.000 huishoudens, waartoe 255.000 huishoudens met kinderen behoren.

5 lange vakantie = een verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste vier opeenvolgende overnachtingen.

6 korte vakantie = verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste één en ten hoogste drie opeenvolgende overnachtingen.

De huishoudens met kinderen zijn als volgt verdeeld:

- 90.000 huishoudens met kinderen, waarvan het jongste kind jonger is dan zes jaar;
- 55.000 huishoudens met kinderen, waarvan het jongste kind zes jaar of ouder is, maar niet ouder dan twaalf jaar.

Het totaal aantal verblijfstoeristen in Noord-Nederland lag in 2004 op ongeveer 2,9 miljoen, die tezamen goed waren voor 11,0 miljoen overnachtingen. Dit komt neer op een gemiddelde verblijfsduur van 3,8 nachten (bron CBS).

Hoeveel daarvan binnen een straal van ongeveer 50 kilometer van Appelscha wordt gerealiseerd, is niet bekend c.q. niet te achterhalen. In de gemeente Ooststellingwerf zijn in 2004 circa 260.000 overnachtingen geteld (op basis van de toeristenbelasting).

### **Hoe?**

Op de allereerste plaats is het van belang dat een ieder die bij toeristisch Appelscha is betrokken zich ervan bewust wordt dat het roer om moet, immers

- stilstand is verdere achteruitgang;
- de markt eist steeds meer (gewenning).

Indien er niets gebeurt, dan verdwijnt Appelscha (helemaal) van de toeristische kaart. De overheid moet richting geven door beleid te formuleren, voorwaarden te scheppen, de drie concentratiegebieden aan elkaar te koppelen enzovoort. Daarnaast moet de onlangs ingezette samenwerking verder gestimuleerd worden. Er moet een platform komen waarin toeristisch Appelscha breed vertegenwoordigd is (ook de regio). Toeristisch Appelscha moet investeren in kwaliteit en eventueel scholing. Daarbij zijn van belang:

- het ontwikkelen van een aantrekkelijk aanbod van detailhandel en horeca in de kern van Appelscha (nieuwe bezienswaardigheden, gevarieerde, sfeervolle en kwalitatief goede horeca, het aantrekken van een publiekstrekker c.q. toeristische attractie);
- het ontwikkelen van een kwalitatief hoogwaardig en aantrekkelijk aanbod in de groene omgeving van Appelscha (buitensportvoorzieningen, -activiteiten en -arrangementen);
- het verbeteren van de kwaliteit van inrichting en infrastructuur (openbare ruimte, bewegwijzering);
- het aantrekken van nieuwe ondernemers en wellicht het bijscholen van zittende ondernemers.

Verder moeten organisatie en promotie versterkt worden door:

- het verstrekken van goede informatie op de website, aan de telefoon en aan de balie;
- het gebruik maken van de landelijke bekendheid (maar dan wel met een nieuwe invulling);
- het kennen van het product van de concurrent(en) om onderscheidend te kunnen zijn;
- het maken van afspraken over beheer en onderhoud van voorzieningen (routes, paden, informatie, documentatie);
- het regelmatig bijeenkomen/elkaar informeren van bij toeristisch Appelscha betrokken partijen om op de hoogte te blijven van alle ontwikkelingen en gezamenlijk na te denken over de vernieuwing van het productaanbod.

### **Met wie?**

Een groep met een brede vertegenwoordiging van toeristisch Appelscha werkt samen met:

- de overheid (gemeente, regiogemeenten, provincie);
- het toeristisch bedrijfsleven (aanbieders verblijfsaccommodaties, horeca en dagattracties) en de detailhandel;
- de promotieorganisaties (VVV Appelscha/Zuidoost Friesland, Stichting Fryslân Marketing);
- organisaties op het gebied van natuur en cultuur (Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Historische Vereniging Appelscha enzovoort)
- een vertegenwoordiging van de inwoners.

De cultuuromslag die Appelscha nodig heeft, moet worden gerealiseerd door zowel een groot deel van de private aanbieders van toeristische voorzieningen als door de publieke sector. Voor de cultuuromslag is het maken van keuzes essentieel. Deze zullen niet voor iedereen gunstig uitpakken, tenzij men de potentie (kennis/ervaring, ambitie, veerkracht en financiële middelen) heeft om zich aan te passen aan de veranderende situatie.

## **3-3 Ambitie en doelstellingen**

### **3.3.1 Ambitie**

In de ambitie formuleert een plaats of een gebied zijn kwaliteiten en de positie die de plaats of het gebied in de toekomst in het veld wil innemen. Het ambitieniveau geeft aan hoe goed men het wil doen, ofwel hoe hoog de lat wordt gelegd.

De ambitie van Appelscha luidt als volgt:

*Appelscha beoogt een dusdanige ontwikkeling en profilering dat Appelscha regionaal en nationaal wordt gezien als een plaats in Zuid-Oost Friesland met (a) een kern die bekend staat om zijn gezellige sfeer met een gevarieerd horeca-aanbod, detailhandel en dagattracties die passen bij de schaal en de uitstraling van een groen dorp en met (b) een buitengebied dat met zijn infrastructuur en voorzieningen uitnodigt tot actieve en deels avontuurlijke ontdekkingsstochten. Het aanbod van Appelscha vormt één geheel en is aantrekkelijk voor verblijfs- en dagrecreanten alsmede voor de eigen inwoners.*

Gezien de doelstelling van Appelscha om bij het productaanbod het accent te leggen op natuur en cultuur, kan men kijken wat van andere plaatsen geleerd kan worden. Als interessante voorbeelden kunnen de volgende plaatsen dienen: Dwingeloo (Drenthe), Lage Vuursche (Utrecht), Oisterwijk (Noord-Brabant) en Arcen (Limburg). Maar ook plaatsen als Nunspeet (Gelderland) en Hellendoorn (Overijssel) kunnen wellicht ideeën opleveren voor de toeristische ontwikkeling van Appelscha.



### 3.3.2 Doelstellingen en parameters

Om te beoordelen of Appelscha haar missie, visie en ambitie verwezenlijkt, moeten de doelstellingen SMART worden geformuleerd. Dit wil zeggen dat een doelstelling **Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden** is.

#### *Doelstelling 1*

**Weer landelijke bekendheid geven aan de plaats Appelscha als een gezellige, sfeervolle plaats met een aantrekkelijk buitengebied met name bij de beoogde doelgroepen (binnen vijf à tien jaar)**

De parameter voor deze doelstelling is de bekendheid van Appelscha bij de betreffende doelgroep(en). Deze parameter kan worden gemeten door een kwantitatieve meting uit te voeren onder de doelgroepen van Appelscha. Dit onderzoek zou bijvoorbeeld een keer in de twee à drie jaar kunnen worden uitgevoerd. Een dergelijk onderzoek is vrij omvangrijk en kostbaar. De bekendheid van Appelscha zal daarom ook indirect kunnen worden gemeten door te kijken naar de aandacht die Appelscha in de media krijgt.

#### *Doelstelling 2*

**Het verhogen van het aantal verblijfstoeristen aan Appelscha, het veranderen van de verhouding van welgestelde en minder welgestelde doelgroepen en het spreiden van het aantal overnachtingen (seizoensverlenging)**

De parameters waarmee deze doelstelling kan worden gemeten zijn het aantal verblijfsbezoekers en het aantal overnachtingen. Hierbij dient bij voorkeur gebruik te worden gemaakt van bestaande bronnen (op dit moment telt de gemeente het aantal overnachtingen in de gemeente Ooststellingwerf op basis van de toeristenbelasting; € 0,55 per persoon per nacht). Ook moet worden bijgehouden in welke maanden de overnachtingen gerealiseerd worden om uiteindelijk te kunnen aansturen op de gewenste seizoensverlenging. Voor doelstelling 1 is van belang door middel van een nulmeting een referentiepunt vast te leggen. Daarmee kunnen de in de toekomst gerealiseerde aantallen verblijfstoeristen en overnachtingen worden vergeleken. Verder moeten voor de tellingen steeds dezelfde bronnen worden gebruikt om de cijfers vergelijkbaar te houden en moet er worden vastgelegd welke ontwikkeling de gemeente nastreeft. Om een beeld te krijgen van de gewenste verandering in de verhouding van welgestelde en minder welgestelde doelgroepen moeten verblijfstoeristen worden geëncquêteerd (vragen naar inkomensniveau, bestedingen buiten de accommodatie enzovoort).

#### *Doelstelling 3*

**Het verhogen van het aantal dagtoeristen aan Appelscha en het veranderen van de verhouding van welgestelde en minder welgestelde doelgroepen, alsmede het spreiden van het aantal dagtoeristen (seizoensverlenging)**

Het meten van het aantal dagtoeristen is lastig. Als indicator hiervoor kan het bezoek aan de dagattracties van Appelscha worden gebruikt. Dit vergt echter een consistente medewerking van de dagattracties, zodat de bezoekers altijd bij dezelfde attracties kunnen

worden geteld. Als nevenindicator kan gebruik worden gemaakt van het aantal informatieverzoeken bij de VVV (via de website, aan de telefoon en aan de balie). Verder kunnen ook steekproefsgewijze tellingen of tellingen op bepaalde dagen worden uitgevoerd. Deze tellingen zijn tijdsintensief en kostbaar. Een voordeel van de steekproefsgewijze tellingen is dat in de enquête ook vragen kunnen worden opgenomen over socio-economische gegevens. Daarmee kan betrouwbare informatie worden verkregen over bijvoorbeeld het inkomensniveau van de bezoekers. Ook verkeerstellingen kunnen worden gebruikt voor een indicatie over het aantal (dag)bezoekers. Om de gewenste spreiding van de dagbezoekers in beeld te brengen, moet worden bijgehouden in welke maanden deze een bezoek brengen aan Appelscha.

#### *Doelstelling 4*

#### **Het verhogen van het draagvlak voor toerisme en recreatie onder eigen inwoners**

Deze doelstelling kan worden gemeten door het tellen van het aantal klachten dat wordt ingediend bij een speciaal (nog in te richten) klachtenpunt. Daarnaast kan uiteraard ook om de twee of drie jaar een enquête onder de eigen bevolking worden gehouden.

### **3-4 Positionering**

#### **3-4.1 Het begrip positionering**

Bij 'positionering' gaat het om het gewenste beeld van het product in de gedachte van de (potentiële) bezoekers. Een positionering wordt in principe opgesteld voor alle doelgroepen. Indien de doelgroepen sterk verschillend zijn, kan worden overwogen de positionering te specificeren. Een positionering wordt zodanig gekozen dat het product voor de gekozen doelgroep een zo groot mogelijk voordeel heeft. De gekozen positionering dient de volgende aspecten in zich te hebben:

- de unieke kenmerken zichtbaar maken;
- voordeel bieden;
- waar zijn;
- onderscheidend zijn;
- communiceerbaar zijn;
- zichtbaar zijn.

Wanneer de positionering eenmaal is verwoord, dient deze als uitgangspunt voor *alle* uitingen. Alles waar de bezoeker mee in contact komt, zal vanuit deze positionering zijn vorm en uitstraling moeten krijgen. De bezoeker ervaart de positionering via het fysieke product, maar ook door de communicatieuitingen, de organisatie en de dienstverlening. De positionering geldt dus niet alleen als uitgangspunt voor aspecten als bewegwijzering, fysieke opzet en materialen, maar ook voor aspecten als het promotionele drukwerk, de wijze waarop bezoekers worden benaderd, enzovoort.

Het is van belang dat deze gekozen positionering door de jaren heen consequent en consistent wordt toegepast, teneinde het onderscheidende beeld van Appelscha op een effectieve wijze in de gedachten van de diverse doelgroepen te 'planten'.

### **3-4-2 Positionering Appelscha**

De onderscheidende kenmerken van Appelscha zijn (1) dat het een Friese plaats is met een van de weinige bosgebieden in het als waterrijk bekend staande Friesland en (2) dat er in een klein gebied verschillende landschapstypes aanwezig zijn, zoals zandverstuivingen, beekdalen, bosgebieden, enzovoort én dat het buitengebied van Appelscha deels onderdeel is van het Nationaal Park Drents-Friese Wold. Verder zijn kwalitatieve aspecten van belang die ondersteunend moeten werken bij de positionering van Appelscha.

#### ***In het hart van het Drents-Friese Wold***

Liggend bij de grens tussen Friesland en Drenthe vertoont Appelscha met de bosgebieden en venen eerder Drentse dan typisch Friese kenmerken. Voor een Friese plaats is Appelscha met zijn groene en bosrijke omgeving vrij bijzonder. En het is niet zomaar een bosgebied, maar het heeft ook de status van een Nationaal Park.

#### ***Verskillende landschapstypes in een klein gebied***

Zandverstuivingen, uitgebreide bossen, het Fochteloërveen en het Aekingermeer - deze verschillende landschapstypes liggen allemaal op fietsafstand van de kern van Appelscha. Elk van deze landschapstypes heeft zijn eigen (belevings)kwaliteiten die voor de doelgroepen toegankelijk en beleefbaar moeten zijn. Voor interessante educatieve, avontuurlijke en passende activiteiten in de verschillende gebieden wordt samengewerkt met de betreffende natuurbeschermingsorganisaties in en buiten Appelscha.

#### ***Van Schnitzelparadijs naar een gevarieerd en hoogwaardiger horeca-aanbod***

De verandering in uitstraling van Appelscha en dan met name de Boerestreek moet op meerdere niveaus worden aangepakt. Een belangrijk aspect hierbij is een verandering in het horeca-aanbod. Waar de kwaliteit van de horeca op dit moment nog van een laag niveau is en er met name veel van hetzelfde wordt geboden, is het noodzakelijk om meer kwaliteit en variëteit te krijgen. Het vullen van 'het gat' op de Boerestreek zou een eerste impuls voor de vernieuwing van de Boerestreek kunnen zijn. Deze ontwikkeling zou tevens aantrekkingskracht kunnen hebben op nieuwe ondernemers. Ook is de Boerestreek een logische plaats om er de horeca te concentreren. De Boerestreek kan dan de functie krijgen van uitvalsbasis voor tochten in het buitengebied en van ontmoetingsplek c.q. tussenstop voor in het gebied verblijvende toeristen.

#### ***Boerestreek als gezellige pleisterplaats en wandelboulevard***

Niet alleen het horeca-aanbod moet worden opgewaardeerd en vernieuwd, ook de openbare ruimte van Appelscha - met name de Boerestreek - verdient een facelift. De Boerestreek is een voetgangerszone en biedt daardoor (autovrije) ruimte om lekker te

verpozen. In de toekomst komt de groene omgeving van Appelscha terug in de openbare ruimte van de Boerestreek: boomrijen, lommerrijke plaatsen, leven op het plein (een café, een speeltuin, een jeu de boules baan), straatmeubilair en bestrating passend bij het groene karakter van Appelscha. Naast de verschillende horecagelegenheden is er ook detailhandel te vinden en kleine galerieën/ateliers. Het aanbod is zodanig afwisselend dat de toerist graag van het begin tot het einde van de Boerestreek wandelt (en terug). Appelscha met een aantrekkelijke kern heeft bovendien het voordeel dat er geen concurrerende plaatsen in de buurt liggen. Daardoor is de kans groot dat toeristen Appelscha graag als pleisterplaats kiezen ofwel Appelscha niet overslaan.

Op basis van de hier beschreven kenmerken verwoorden wij die positionering van Appelscha als volgt:

*Een bezoek aan Appelscha biedt ontspanning door inspanning. De Boerestreek en het bezoekerscentrum zijn startpunten voor een uitgebreide wandeling of een lange fietstocht door de groene en bosrijke omgeving van Appelscha. Heerlijk buiten bewegen, verschillende landschappen zien, een frisse neus halen en op ontdekkingsstocht zijn. Daarna kunnen de bezoekers weer op adem komen in een gezellige horecagelegenheid in het dorp. Ook bij minder goed weer is Appelscha een aantrekkelijke plaats met een wandelboulevard met allerlei winkels, horecagelegenheden, galerieën en kleine dagattracties (musea, De Tuin van Appelscha, Attractiepark Duinen Zathe). Bovendien zijn vanuit de recreatiekern ook korte wandelingen in de omgeving mogelijk. Kortom: Appelscha is een aantrekkelijke bestemming voor actieve vijftigers/zestigers en gezinnen met jonge kinderen die langer in Appelscha verblijven of slechts voor een dagje uit komen.*

### 3.5 **Ontwikkelingslijnen**

De ontwikkelingslijnen zijn thema's waarlangs een plaats of een gebied moet worden (her)ontwikkeld. Voor Appelscha zijn, in overleg met de werkgroep, meerdere thema's opgesteld.

#### **De drie A's van Appelscha**

##### ***Appelscha - Actief***

Dit thema is gebaseerd op de talloze activiteiten die in het buitengebied van Appelscha mogelijk zijn: fietsen door het veen, wandelen door de bossen, paardrijden door het landschap, zwemmen in een natuurlijk meer of in het bosbad Appelscha, midgetgolfen bij midgetgolfpark Friesland, golfen bij de Quality Golf Resort Appelscha. Met de uiteenlopende activiteiten zullen met name de 50-plussers worden aangesproken. Na een tijdje in de buitenlucht te hebben doorgebracht kunnen de gasten neerstrijken op de Boerestreek voor een kopje koffie of een lekkere maaltijd.

### **Appelscha - Avontuurlijk**

De omgeving van Appelscha speelt ook bij dit thema een belangrijke rol. Met name voor jonge kinderen biedt het buitengebied de mogelijkheid voor uiteenlopende ontdekkingstochten. Dit kan te voet, per fiets, op een paard of met een huifkar. De kleinere kinderen kunnen zich in een speelbos vermaken. Voor de oudere kinderen is een klimparcours in het bos een aantrekkelijke voorziening. Voor een spannend en afgestemd aanbod raden wij aan met de natuurbeschermingsorganisaties samen te werken.

### **Appelscha - Aangenaam**

Na de inspanning is het nodig om weer op adem te komen. De kern van Appelscha is een plek waar het aangenaam toeven is: of in een van de horecagelegenheden of buiten op het plein (openbare ruimte). Ook voor de minder actieve bezoekers biedt Appelscha met de wandelboulevard een aangename plaats om zijn tijd door te brengen. Cafés wisselen af met winkels en galerieën, op het plein zijn (in de zomer) concerten te beluisteren en kan worden gekeken naar de jeu de boules spelers. Verder is er een aantal kleinschalige dagattracties.

## **3.6 Voorzieningen en activiteiten**

Wij concretiseren de hiervoor beschreven ontwikkelingslijnen verder door bij elke ontwikkelingslijn passende voorzieningen en activiteiten te formuleren die het thema in Appelscha tot leven laten komen. Hierbij is het mogelijk dat een voorziening of activiteit bij meer dan één ontwikkelingslijn past.

Allereerst heeft de werkgroep tijdens een werksessie een brainstorm gehouden waarbij uiteenlopende ideeën aan bod kwamen. Deze zijn opgenomen in een longlist van voorzieningen en activiteiten (zie bijlage 4). Vervolgens is de longlist beoordeeld aan de hand van een aantal criteria (zie tevens bijlage 4). De belangrijkste criteria bij de beoordeling (A-criteria) zijn:

1. past bij de geformuleerde missie;
2. versterkt de toeristische kernwaarden van het gebied (natuur, groen en ruimte);
3. is geschikt voor de primaire doelgroepen (gezinnen met kinderen t/m 12 jaar en vijftigers/zestigers).

De andere relevante, maar iets minder belangrijke criteria (B-criteria) zijn de volgende:

4. past binnen de drie ontwikkelingslijnen (actief, avontuurlijk, aangenaam);
5. versterkt de samenhang van het product-, diensten- en activiteiten aanbod in Appelscha (synthese);
6. levert een economische bijdrage (hiermee wordt **directe** omzet en werkgelegenheid bedoeld);
7. heeft goede marktkansen (dat wordt alleen beoordeeld voor die voorzieningen en activiteiten waarvoor moet worden betaald);

8. heeft een hoog realiteitsgehalte (financieel haalbaar/exploiteerbaar) (dat wordt alleen beoordeeld voor die voorzieningen en activiteiten waarvoor moet worden betaald);
9. bevordert samenwerking (binnen de gemeente Ooststellingwerf en/of met buurgemeenten);
10. versterkt de leefbaarheid van de gemeente voor de eigen bevolking.

De voorzieningen en activiteiten die bij de criteria hoog hebben gescoord vormen samen de shortlist van voorzieningen (hardware) en activiteiten (software). Deze zijn opgenomen in bijlage 5. Er zijn voorzieningen en activiteiten, die als potentiële must see<sup>7</sup> bezienswaardigheid gelden. De aantrekkingskracht hiervan is sterk afhankelijk van de daadwerkelijke opzet en/of uitwerking (het concept). Daarnaast zijn er veel voorzieningen en activiteiten die tot de aantrekkelijke bezienswaardigheden/locaties<sup>8</sup> behoren. Deze zullen de aantrekkelijkheid van Appelscha en de onderlinge samenhang van het totale productaanbod versterken en herhalingsbezoek stimuleren. Hierna lichten wij de voorzieningen en activiteiten van de shortlist (zie bijlage 5) toe per ontwikkelingslijn.

### 3.6.1 Appelscha - Actief

De ontwikkelingslijn Appelscha - actief, richt zich vooral op de vijftigers/zestigers die op een actieve manier Appelscha willen verkennen en dan met name het buitengebied van Appelscha.



#### ***Jeu de boules op de Boerestreek***

De Boerestreek beschikt over een groot plein. Op dit moment zijn op dit plein een klein kioskgebouw en een muziekkoepeel te vinden. Hier zouden in de toekomst nog meer voorzieningen kunnen worden geplaatst en zullen er nog meer activiteiten kunnen plaatsvinden. Het plein zal een levendige en aantrekkelijke plek worden om te verpozen, een kop koffie te drinken, naar mensen te kijken enzovoort. Het naar het plein verplaatsen van de jeu de boules baan - die nu nog verstopt ligt aan de rand van de Boerestreek - biedt enerzijds de mogelijkheid om actief te zijn, anderzijds draagt het gebruik van de jeu de boules baan bij aan de levendigheid op het plein. In één van de voorzieningen of horecagelegenheden aan het plein of bij de VVV moet de mogelijkheid worden geboden om tegen een kleine vergoeding jeu de boules ballen te huren.



#### ***(Buiten)sporthotel (al dan niet met sportcafé)***

Gezien de beoogde doelgroep van de actieve vijftigers en zestigers die veelal komen om te fietsen, te wandelen, paard te rijden of te golfen, is een (buiten)sporthotel gericht op deze actieve doelgroep een passende aanvulling in het aanbod van verblijfsaccommodaties. Een dergelijke accommodatie biedt bijvoorbeeld een veilige ruimte voor de fietsen van de hotelgasten, er is een mogelijkheid kleding te wassen en te drogen, er wordt gezond eten geserveerd, er bestaat de mogelijkheid om lunchpakketten mee te nemen/de thermosfles te vullen en het hotel biedt

7 Voor de toelichting wordt verwezen naar paragraaf 2.1

8 Idem als footnote 8

bagagetransfers. Kortom, het gehele aanbod wordt afgestemd op deze actieve doelgroep. Naast de individuele gasten zijn ook sportverenigingen welkom. Dit hotel kan worden aangevuld met een sportcafé dat eveneens bedoeld is voor overige dag- en verblijfgasten in Appelscha en voor sportverenigingen.



#### ***Pitch & Putt***

Pitch & Putt, het golfspel voor iedereen, is uit Engeland overgewaaid. Het spel wordt gespeeld op een kleine 18-holes golfbaan. Van de afslag tot de vlag varieert de lengte van de holes tussen 30 en 70 meter. Door deze 'kleine' afstanden is het spel geschikt voor iedereen. Ook mensen die nog nooit golf hebben gespeeld, kunnen op een Pitch & Putt baan uitstekend uit de voeten. Een dergelijke Pitch & Putt baan zal een passende aanvulling en uitbreiding zijn voor de reeds bestaande golfmogelijkheden in Appelscha (midgetgolfbaan Friesland en Quality Golf Resort Appelscha).



#### ***Sporten voor beginners en gevorderden***

In de gemeente Ooststellingwerf kunnen uiteenlopende sporten/activiteiten worden beoefend. In de natuur kan de gast heerlijk wandelen, fietsen, mountainbiken en paardrijden, in het Bosbad kan tijdens de zomermaanden worden gezwommen, verder bieden de twee golfbanen (midgetgolfbaan Friesland en Quality Golf Resort Appelscha) de mogelijkheid om lekker een balletje te slaan. Dit aanbod van activiteiten kan nog verder worden uitgebreid door bijvoorbeeld Nordic Walking in het buitengebied of aquarobics in het Bosbad. Bovendien kunnen de verschillende activiteiten worden gebundeld. Dit sportaanbod kan aantrekkelijk zijn voor beginners om bijvoorbeeld tijdens een weekend kennis te maken met een bepaalde sport of zelfs verschillende activiteiten uit te proberen. Gevorderden kunnen van het sportaanbod in Appelscha gebruik maken om - alleen of met anderen - hun vaardigheden te trainen. Ook kunnen wedstrijden en kampioenschappen worden georganiseerd, zoals de reeds bestaande Zwemvierdaagse in het Bosbad Appelscha.



#### ***Vanuit Appelscha (Boerestreek en bezoekerscentrum) naar alle windstreken***

De Boerestreek en het bezoekerscentrum van Staatbosbeheer zijn belangrijke vertrekpunten in Appelscha van diverse routes in de omgeving. Het zou mooi zijn om bij deze vertrekpunten een totaal-overzicht van alle routes in de omgeving te hebben. Daardoor krijgt de bezoeker het totale aanbod van fiets- en wandelmogelijkheden te zien (ook mountainbike- en ruiterroutes) wat wellicht een aanleiding kan zijn om nog een keer naar Appelscha terug te komen.



#### ***De verhalen van Appelscha en omstreken***

De gemeente Ooststellingwerf beschikt over een interessante cultuurhistorie. Het vastleggen daarvan op alle mogelijke manieren is de taak van de Historische Vereniging Appelscha e.o. (met 750 leden). Om de cultuurhistorie van Appelscha en omstreken ook voor anderen toegankelijk te maken,

organiseert de Historische Vereniging Appelscha regelmatig en structureel lezingen, presentaties en dergelijke. Voor deze activiteiten zou de Historische Vereniging haar vereniginghuis De Hoolte Klinte nog beter kunnen gebruiken en ervoor zorgen dat de Historische Vereniging met haar activiteiten ook aan de buitenkant van het gebouw 'zichtbaar' is. Daarnaast zouden de leden als gids kunnen fungeren voor thematische fiets- en wandeltochten. Met een deskundige gids valt voor de bezoeker meer te zien en komt het verleden van Appelscha tot leven.

### 3.6.2 Appelscha - Avontuurlijk

Appelscha - avontuurlijk vormt de paraplu voor verschillende voorzieningen en activiteiten die zich richten op kinderen (tot ongeveer 12 jaar). Hierbij gaat het om het actief ontdekken van de avontuurlijke kant van Appelscha.



#### ***De kroon in - klimmen naar de top van Appelscha***

Klim de boomkronen in en beleef de Boerestreek en de bossen van Appelscha een keer vanuit een heel ander perspectief. Het opstapje voor het klimparcours is op de Boerestreek gesitueerd. Via een hangbrug gaat het de bossen in waar allerlei touwconstructies een echte uitdaging bieden. Een touwbrug om overheen te lopen, een kabelbaan om een stuk door de lucht te zweven, een platform op het hoogste punt van het parcours waar je even kunt uitrusten en van waaruit je van het mooie uitzicht kunt genieten of touwen om mee te 'abseilen'. Door het begin van het klimparcours op de Boerestreek te plaatsen, kan ook het terras-/horecapubliek in de buurt naar de klimmers kijken.



#### ***Spelen aan de Boerestreek***

Voor de jongere kinderen wordt een speelplaats gerealiseerd aan de bosrijke rand van de Boerestreek. Terwijl de ouders op een terras genieten van een kop koffie, kunnen hun kinderen zich vermaken op een 'ruige', maar veilige (afzetting, zachte grond, toezicht, begeleiding) speelplaats aan de rand van de bossen van Appelscha. De speeltoestellen bestaan veelal uit hout en er is een waterspeelplaats waar de kinderen water omhoog kunnen pompen om het daarna op te stuwen en af te voeren. Ook kan er een gedeelte zijn waar stukken hout/planken en takken liggen en waarmee de kinderen hun eigen speeltoestellen en/of hutten kunnen bouwen.



#### ***Letterboxen***

Letterboxen is een spel dat schatzoeken, navigeren, verzamelen en jagen combineert. In een gebied/ruime omgeving is een (groot) aantal letterboxen verstopt. In elke box zit een unieke stempel. Doel van het spel is zoveel mogelijk letterboxen te vinden en de stempels in een daarvoor bestemd boekje te zetten. Clues helpen om de letterboxen te vinden. Een clue bestaat uit een unieke cijfer-/lettercombinatie en een aanwijzing. De cijfer-/lettercombinatie geeft een kwadrant op de kaart aan, de aanwijzing is een cryptische omschrijving waar in het vak de box te vinden is.



Voor het spel is een letterboxenroute/-kaart nodig, een stempelboekje met een stempelkussen en een sleutel om de boxen te kunnen openen. Letterboxen is een spel voor volwassenen en kinderen, voor individuen of groepen en kan zowel in de zomer als in de winter buiten worden gespeeld.



### ***Bouwdag(en) met kinderen***

De speelplaats aan de Boerestreek of het speelbos bij het bezoekerscentrum van Staatsbosbeheer kan benut worden voor het organiseren van één of meer bouwdag(en) of zelfs een bouwweek voor kinderen. Er moet voldoende materiaal beschikbaar zijn (hout en touwen), een bouwmeester en een aantal volwassenen die met de kinderen samen iets leuks gaan bouwen. Hierbij valt te denken aan speeltoestellen, een uitkijktoren, een houten dorp, een schip of zelfs een hele vesting. De bouwwerken kunnen tijdelijk van aard zijn, maar het is ook mogelijk om stuk voor stuk aan een groot houten speelparadijs te timmeren dat langer blijft staan. Dit heeft het voordeel dat de kinderen een aanleiding hebben om volgend jaar weer terug te komen.

Een andere optie voor kinderen om aan leuke activiteiten deel te nemen zijn de reeds bestaande vakantiespelweken. Dit zijn weken in de vakantieperioden waarin uiteenlopende activiteiten worden georganiseerd voor de kinderen uit de gemeente Ooststellingwerf. Dit aanbod zou tevens toegankelijk kunnen worden gemaakt voor 'externe' kinderen die hun vakantie in Appelscha/in de gemeente Ooststellingwerf doorbrengen.



### ***Abracadabra***

Appelscha heeft een Heksenmuseum dat geregeld diverse activiteiten (kruidenworkshop, wichelroute lopen enzovoort) voor kinderen organiseert. Deze activiteiten kunnen verder worden uitgebreid. Hierbij valt te denken aan een meerdaags activiteitenprogramma 'Hoe word ik een heks?' waar kinderen een heksenhoed knutselen, een bezem bouwen, toverspreuken leren enzovoort. Aan het einde krijgen de kinderen een heksendiploma uitgereikt. Daarnaast kunnen in samenwerking met de Kookschool van het Culinair Historisch Museum De Vleer kookworkshops worden gehouden waarbij de kinderen heksengerechten leren koken. Hieraan vooraf kunnen de kinderen met een deskundige heks kruiden gaan verzamelen (paddestoelen, noten enzovoort) die voor de gerechten nodig zijn. Ook kunnen heksennachten worden georganiseerd, waarbij de kinderen bij het kampvuur spannende verhalen horen en daarna buiten in de openlucht overnachten.



### ***Roofvogelshow***

Tijdens de roofvogeldemonstratie komen de toeschouwers alles te weten over het leven van de roofvogels in de natuur, de geschiedenis van de valkerij en van de wijze waarop de valkenier de vogels traint. Vanzelfsprekend kan het publiek meegenieten van de spectaculaire vluchten en kennis opdoen over verschillende roofvogels. Deze activiteit wordt verzorgd door een ervaren valkenier en kan bijvoorbeeld plaatsvinden in samenwerking met Staatsbosbeheer.

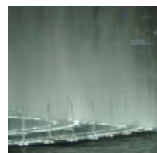


### **Het ABC van Appelscha**

Appelscha heeft een aantal leuke voorzieningen en bijzondere plekken. Aan de hand van een speciale ABC-route kunnen kinderen de plaats Appelscha verkennen. Het ABC zou als volgt kunnen worden ingevuld: A - Appelscha, B - CR De Bosberg, C - Cachot, D - Duinen Zathe, E - Eetcafé Le coq, F - Familiepad, Fochteloërveen, G - Golfbaan, H - De Hoolte Klinte, enzovoort. De kinderen gaan met het ABC op pad en kunnen bij de betreffende voorziening een stempel krijgen als bewijs dat zij er daadwerkelijk waren. Een aantal letters zou ook zonder vermelding van een voorziening of plaats kunnen staan zodat de kinderen hier hun eigen invulling aan kunnen geven en iets kunnen noemen wat zij zijn tegengekomen op hun tochten door Appelscha en omgeving.

### **3.6.3 Appelscha - Aangenaam**

Elke inspanning eist vroeger of later ook weer een moment van ontspanning. Tijd om weer op adem te komen, om uit te rusten en weer op kracht te komen (eten en drinken). Maar Appelscha - aangenaam is ook voor gasten die puur voor de ontspanning naar Appelscha komen.



#### **Water is nat**

De Boerestreek is toe aan een facelift. Dit betreft niet alleen een groot deel van de bedrijven aan de Boerestreek, maar ook de openbare ruimte. Een element dat voor zowel volwassenen als kinderen aantrekkelijk is, is water. Of dat nu is in de vorm van een fontein, een waterbekken, of in de vorm van 'bedriegertjes' (kleine verborgen buizen onder de grond waaruit onregelmatig water omhoog komt). Volwassenen kunnen daar naar kijken en kinderen spelen graag met het water. Bovendien maakt spetterend water een aangenaam geluid. Verder kan ook aan een soort waterorgel worden gedacht dat 's nachts (in verschillende kleuren) kan worden verlicht.



#### **Openbare ruimte met kwaliteit**

De gemeente Ooststellingwerf c.q. Appelscha wil zich profileren als een aantrekkelijk gebied met rust, ruimte en een prachtige natuurlijke omgeving. Om dit beeld nog verder te versterken, kan ook bij het inrichten van de openbare ruimte met dit groene karakter rekening worden gehouden. De elementen van de openbare ruimte zijn onder andere de bewegwijzering, het straatmeubilair, maar ook de terrasstoelen van de horecavoorzieningen, de reclameborden van de winkels en de verlichting. Het gebruik van natuurlijke materialen (hout, steen, glas, staal enzovoort) sluit aan bij de kernwaarden van Appelscha. Een goed voorbeeld voor een voorziening die bij het karakter van Appelscha past is het bezoekerscentrum Drents-Friese Wold. Om een en ander te realiseren kan de gemeente Ooststellingwerf in breed overleg een beeld-kwaliteitsplan opstellen waarin de ideeën over de kwaliteit van de buitenruimte vastgelegd zijn. Een andere mogelijkheid bestaat in het formuleren van beleid (voor de delen van de openbare ruimte waarvoor de gemeente verantwoordelijk is) dat als toetsingskader kan fungeren om ontwikkelingen beter te kunnen sturen en te reguleren.



### **Beelden, sculpturen in de openbare ruimte (en/of een beeldentuin)**

Beelden/sculpturen leveren een unieke bijdrage aan de kwaliteit van de openbare ruimte van Appelscha. Kunstwerken kunnen een plek een eigen identiteit en authenticiteit geven, kunnen als oriëntatiepunt fungeren en nodigen uit voor een laagdrempelige en vanzelfsprekende manier om kennis te maken met kunst. Daarnaast kunnen beelden/sculpturen ook bijdragen aan niet-kunstdoelen, zoals het bevorderen van sociale cohesie, educatie, veiligheid of het aantrekkelijker maken van het straatbeeld. De beelden kunnen zowel op straten en pleinen als in het buitengebied van Appelscha staan. Beelden en sculpturen in de openbare ruimte hoeven er niet voor altijd geplaatst worden, maar kunnen ook tijdelijk zijn. Een voorbeeld voor Appelscha zou - inspeland op het groene karakter van Appelscha - een tijdelijke expositie van landart kunnen zijn. Hiervoor krijgen de kunstenaars de opdracht een (tijdelijk) kunstwerk te ontwerpen met natuurlijke materialen voor een plek in Appelscha waardoor zij geïnspireerd raken.



### **Bonte Boerestreek**

Om de functie van een aantrekkelijke wandelboulevard te kunnen vervullen, moet de Boerestreek meer variatie krijgen in het winkel- en horeca-aanbod. Naast allerlei verschillende winkels en horecavoorzieningen, kunnen galerieën en ateliers het aanbod versterken en voor nog meer afwisseling op de wandelboulevard zorgen. De Boerestreek wordt een gezellige winkelstraat waar de bezoekers kunnen kijken, kopen, koffie drinken en kletsen.



### **Pleisterplaatsen in het buitengebied**

Het buitengebied van de gemeente Appelscha biedt ruimte voor allerlei buitenactiviteiten. Niet alleen aan het einde van een tocht, maar ook onderweg krijgt men meestal trek in iets lekkers. Even uitrusten, iets drinken en eten. Op dit moment zijn er in het buitengebied weinig pleisterplaatsen waar de bezoekers voor iets lekkers terecht kunnen. Een mooie pleisterplaats in het buitengebied zou een theepaviljoen kunnen zijn, maar ook een cafégedeelte in een boswachterij. Hiervoor moet worden gezocht naar een geschikte locatie/gebouw aan een sterk benutte route en naar een exploitant.



### **Met z'n allen in één groot huis**

Veel familiereünies, familiefeesten en vriendenweekenden vinden buitenshuis plaats. Lekker met z'n allen een weekendje weg, tijd voor elkaar hebben om bij te praten, samen te koken, te wandelen, te fietsen enzovoort. Het is echter niet makkelijk om voor dit soort groepen een geschikte accommodatie te vinden. Anders gezegd: er is veel behoefte aan grote huizen voor groepen van 10 à 20 personen, bij voorkeur vrij gelegen in de natuur en niet als onderdeel van een bungalowpark. Op deze behoefte zou Appelscha in kunnen spelen door een aantal grote vakantiehuizen te realiseren. Dit zou gerealiseerd kunnen worden in samenwerking met Staatsbosbeheer omdat deze organisatie al over een aantal van dergelijke huizen beschikt.



#### ***Klein dierenpark (als betaalde attractie)***

Een klein dierenpark biedt de (jonge) bezoekers natuurbeleving en brengt hen ook kennis bij over de natuur. In een dergelijk dierenpark kunnen zowel inheemse dieren en planten, maar ook meer exotische soorten hun plek krijgen. Kinderen zien de dieren in een zo natuurlijk mogelijke leefomgeving, zij zien jonge dieren opgroeien en kunnen in de kinderboerderij met een aantal dieren direct contact hebben.



#### ***Vervoermiddel van Hildenberg, Boerestreek en Terwisscha***

Appelscha heeft drie concentratiegebieden: de Hildenberg, de Boerestreek en Terwisscha. Deze drie gebieden liggen nogal uit elkaar, dat wil zeggen dat de afstanden tussen de drie gebieden zodanig groot zijn dat deze niet even te voet kunnen worden afgelegd. Hiervoor is dan ook belangrijk om een - bij Appelscha passend - vervoermiddel in te zetten. Een spectaculair idee voor de verbinding van de drie gebieden is een kabelbaan. Gezien de kosten van een dergelijk transportmiddel is het de vraag hoe realistisch dit idee is. Een andere mogelijkheid is het inzetten van een niet locatiegebonden treintje of andersoortige voertuigen. Daarbij hoeft wellicht niet eens te worden geïnvesteerd, omdat er 'een partij' is die over het vervoermiddel beschikt en het vervoer gedurende bepaalde dagen/perioden wil organiseren (al dan niet tegen betaling). Wellicht dat het zelfs mogelijk is om milieuvriendelijk vervoer in te zetten (voertuigen die op zonne-energie of op elektriciteit rijden). Dit zou prima aansluiten bij het groene imago waar Appelscha naar streeft.



#### ***Festival (muziek- en/of culinair festival)***

Een festival met een thematische insteek leent zich uitstekend voor het onder de aandacht brengen van producenten en hun producten c.q. producties. Dit kan tijdens een muziekfestival waarbij optredens te zien en te horen zijn van (semi)professionals. Dit festival kan centraal op het plein van de Boerestreek plaatsvinden. Een andere mogelijkheid is het gebruiken van meerdere locaties waar muziek gespeeld wordt (bijvoorbeeld muziekoepel Boerestreek, openluchttheater en op een boot). Tijdens een culinair festival presenteren bedrijven hun producten en vaardigheden in het kader van proeverijen, smaakworkshops en kookdemonstraties. De bezoekers kunnen diverse versnaperingen nuttigen, van een romantisch etentje genieten of aan een lange tafel op het plein van de Boerestreek lunchen/dineren. Het culinaire festival kan aangevuld worden met passende muzikale optredens.

### **3.7 Promotie**

Naast de productontwikkeling is de promotie van Appelscha van groot belang. Appelscha zal straks weer trots kunnen zijn op haar naamsbekendheid in Nederland. Bij de toeristische promotie van Appelscha zijn de volgende aspecten belangrijk:

### ***Eerst het aanbod op orde hebben, dan pas promoten***

Alvorens toeristisch Appelscha aan de slag gaat met de promotie van haar toeristisch-recreatief aanbod moet eerst een aantal van de eerder genoemde producten gerealiseerd worden. Op die manier wordt er leven in de drie ontwikkelingslijnen/thema's geblazen en komt toeristisch Appelscha geloofwaardig over op de bezoekers.

### ***Zich onderscheiden van of aanhaken op?***

In de toekomst moet toeristisch Appelscha uitgaan van de eigen kracht. Bij de promotie moet de nadruk liggen op die aspecten waarin Appelscha zich onderscheidt van de omliggende dorpen en van soortgelijke gebieden in overig (Noord-)Nederland. Daarnaast moet worden bezien waar en/of wanneer het zinvol is om bij andere partijen aan te haken en naar elkaar te verwijzen.

### ***Verbindt producten en gebieden met elkaar***

Het toeristische product van Appelscha bestaat nogal uit losse onderdelen die weinig tot niets met elkaar te maken hebben. De genoemde ontwikkelingslijnen moeten in de toekomst als paraplu dienen om de diverse producten thematisch met elkaar te verbinden. Ook nieuwe ideeën/projecten kunnen dan bij de betreffende ontwikkelingslijn worden ondergebracht. Door het ontwikkelen van arrangementen kunnen tevens onderdelen van het toeristische aanbod aan elkaar worden gekoppeld. Daardoor ontstaan synergie-effecten en beleeft de bezoeker Appelscha meer als één geheel.

### ***Eén huisstijl***

Appelscha wil zich in de toekomst positioneren als een plaats met een mooi buitengebied dat de bezoeker op een actieve en/of avontuurlijke wijze kan ontdekken. Ook de plaats zelf biedt met de Boerestreek een wandelboulevard waar het aangenaam toeven is. Dit beeld/deze positionering dient vervolgens als uitgangspunt voor *alle* uitingen. Alles waar gasten mee in contact komen - het fysieke product, de communicatieuitingen, de organisatie en de dienstverlening - moet de 'look & feel' van de positionering uitstralen. Voor de promotie betekent dit dat alle promotieuitingen zoveel mogelijk met elkaar in een lijn zijn, passend bij de positionering van Appelscha. Hiervoor moet een huisstijl worden ontworpen die straks voor de website (website van de VVV Appelscha/Zuidoost Friesland en de gemeente Ooststellingwerf), het drukwerk en het kaartmateriaal wordt gebruikt.

### ***Verbeterde website***

Kijkt een potentiële bezoeker op de website van Appelscha ([www.appelscha.nl](http://www.appelscha.nl)), dan vindt hij basisinformatie over de toeristisch-recreatieve voorzieningen, informatie over de historie van Appelscha alsmede een evenementenkalender. Op basis hiervan krijgt de bezoeker geen (duidelijk) beeld van Appelscha en wordt vermoedelijk niet nieuwsgierig naar deze Friese plaats. De informatie op de website is bovendien basaal te noemen; bij een deel van de voorzieningen zijn alleen maar de adresgegevens vermeld. Ook het design van de site blijkt verouderd.

### **Appelscha in kaart gebracht**

Het kaartmateriaal voor wandel-, fiets- en rutterroutes in en rondom Appelscha is prima in orde. Het ontbreekt echter aan een goede kaart/plattegrond van Appelscha waarmee de bezoeker op pad kan gaan en zich probleemloos kan oriënteren. Ook het informatie-materiaal van enkele voorzieningen kan beter.

Het is zinvol om de promotie van Appelscha in fases aan te pakken. Allereerst moet het toeristisch-recreatieve aanbod op orde zijn. Daarna kan aan de slag worden gegaan met de promotie waarbij de eerste actie het (laten) ontwerpen van een huisstijl is. Deze wordt vervolgens consequent bij alle promotionele uitingen van Appelscha gebruikt.

Om een en ander in goede banen te leiden, is het van belang om een verantwoordelijke organisatie aan te wijzen die de promotionele taken voor haar rekening neemt c.q. deze organiseert. De aangewezen organisatie ontwikkelt een promotiestrategie voor de geselecteerde doelgroepen en stelt vervolgens een promotieplan voor Appelscha op dat voortkomt uit deze strategie.

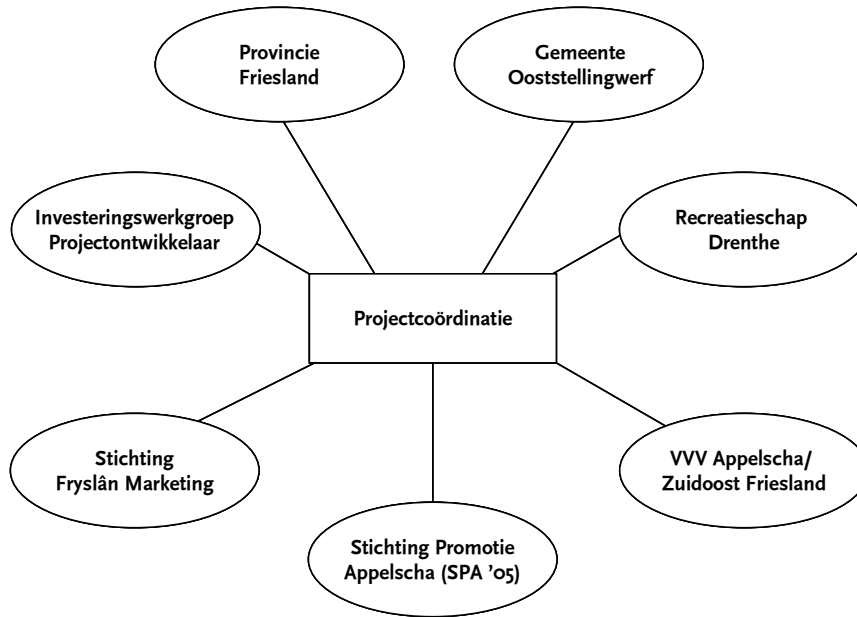
## **3.8 Organisatie**

Belangrijk voor het tot stand komen van de voorgestelde ontwikkeling van voorzieningen, activiteiten en promotie is dat de samenwerking tussen de betrokkenen verder wordt uitgebouwd. In Appelscha bestaan al diverse verenigingen, organisaties en groepen die zich min of meer bezig houden met het toerisme in Appelscha en deels al samenwerken, te weten Stichting Promotie Appelscha, Stichting Boerestreek, Historische Vereniging Appelscha en omstreken, Plaatselijk Belang Appelscha, Ondernemers Vereniging Appelscha, VVV Appelscha/Zuidoost Friesland, gemeente Ooststellingwerf (onder andere Kerngroep Kaderplan) en natuurbeheersorganisaties.

Bij het opzetten van de organisatie die de cultuuromslag in Appelscha moet realiseren, zijn twee voorwaarden belangrijk:

1. Er moet iemand verantwoordelijk zijn voor het verder uitwerken van de marketingvisie in een promotieplan (projectcoördinatie). Tegelijkertijd is deze persoon ook bezig met het delegeren en coördineren van de taken die voortkomen uit de marketingvisie respectievelijk het promotieplan.
2. De voorgestelde organisatiestructuur moet zo veel mogelijk aansluiten bij de bestaande structuren.

Een organisatiestructuur die aan deze voorwaarden voldoet ziet er als volgt uit:



#### ***Projectcoördinatie als spin in het web***

De projectcoördinatie is de spin-in-het-web. De coördinator(en) heeft (hebben) de trekkersrol bij de uitvoering van het toeristisch beleid. Een belangrijke eerste taak is het communiceren van de (marketing)visie naar alle betrokkenen bij toerisme en recreatie binnen de gemeente Ooststellingwerf en het creëren van draagvlak daarvoor. Daarnaast moet de visie verder worden uitgewerkt in een concreet promotieplan. De taken die daaruit voortkomen worden door de projectcoördinatie (deels) gedelegeerd en gecoördineerd. Verder biedt de projectcoördinatie ondersteuning bij de uitvoering van taken en is op zoek naar extra financiële middelen (fondsen, subsidies) om een en ander sneller te kunnen realiseren.

#### ***Recreatieschap Drenthe***

De gemeente Ooststellingwerf sluit zich per 1 januari 2006 aan bij het Recreatieschap Drenthe. Daardoor zal de gemeente worden opgenomen in de routenetwerken die door het recreatieschap worden opgesteld en worden betrokken bij het ontwikkelen van nieuwe producten/arrangementen. De projectcoördinator(en) en de beleidsmedewerker toerisme van de gemeente Ooststellingwerf zijn verantwoordelijk voor de communicatie en afstemming met het Recreatieschap Drenthe.

#### ***Investeringswerkgroep en projectontwikkelaar***

De gemeente Ooststellingwerf wil in elk geval het 'gat' op de Boerestreek, dat is ontstaan door het vertrek van Attractiepark Duinenzathe, met een nieuwe voorziening opvullen. Daarnaast is het - als uitvloeisel van de geformuleerde missie en visie - de bedoeling overige investeringen in nieuwe of bestaande voorzieningen in Appelscha te stimuleren, alsmede om nieuwe activiteiten te (laten) ontwikkelen.

In de eerste fase is het raadzaam een investeringswerkgroep te vormen met als doel het uitwerken van een (her)inrichtingsplan voor de Boerestreek en de directe omgeving. Daarbij moet worden uitgegaan van c.q. rekening worden gehouden met de drie ontwikkelingslijnen voor Appelscha en de daarbij voorgestelde voorzieningen en activiteiten (zie bijlage 5). In de op te richten investeringswerkgroep moeten personen zitting hebben vanuit verschillende disciplines (zoals toerisme/recreatie, landschapsarchitectuur, bouwkunde, planologie, marketing) en deze personen moeten geheel onafhankelijk zijn. De investeringswerkgroep onderhoudt nauw contact met de gemeentelijke afdelingen over het wettelijk kader.

Nadat het (her)inrichtingsplan voor de Boerestreek en de directe omgeving is uitgewerkt, zal het project worden uitgezet bij een projectontwikkelaar en mogelijk bij een of meerdere private investeerders (tweede fase). Op dat moment kan de investeringswerkgroep worden ontbonden. Ten behoeve van de financierbaarheid van de plannen kan onder andere worden gedacht aan de combinatie woningen-winkels. De winkels aan de Boerestreek moeten wel passen bij de drie ontwikkelingslijnen voor Appelscha (zoals een galerie, konditorei, maar bijvoorbeeld geen supermarkt).

#### ***VVV Appelscha/Zuidoost Friesland verstrekt informatie***

De VVV aan de Boerestreek heeft als belangrijkste taak het verstrekken van informatie en het ontwikkelen van arrangementen. Met de projectcoördinator en Stichting Fryslân Marketing vindt afstemming plaats. Daarnaast houdt de VVV contact met zijn leden en verzorgt voor de leden een stuk promotie. Ter versterking van de promotietaak (en de loketfunctie) werd onlangs een nieuwe VVV-medewerker aangetrokken.

#### ***Stichting Fryslân Marketing voor de promotie***

Stichting Fryslân Marketing richt zich op het verbeteren van het toeristische imago van Friesland en op het bevorderen van het toerisme in Friesland in het algemeen. Zij doet dit onder andere door het samen met bedrijven, instellingen en overheden ontwikkelen van producten en het uitvoeren van promotieactiviteiten. Het is daarom belangrijk dat de projectcoördinatie regelmatig contact heeft met Fryslân Marketing om haar op de hoogte te houden wat er in de gemeente Ooststellingwerf respectievelijk in Appelscha te doen is voor de toeristen. Er moet tevens contact worden onderhouden om de nadere uitwerking van de toeristische marketingvisie voor Appelscha zoveel mogelijk af te stemmen (met de projectcoördinator en de VVV Appelscha/Zuidoost Friesland). Daarnaast beoordeelt de projectcoördinatie welke voorzieningen en activiteiten in de gemeente Ooststellingwerf c.q. Appelscha geschikt zijn om via Stichting Fryslân Marketing te promoten.

#### ***Stichting Promotie Appelscha '05 (SPA '05)***

Stichting Promotie Appelscha '05 is onlangs opgericht met onder andere als doel de samenwerking tussen betrokken verenigingen, organisaties en instellingen te bevorderen én de kwaliteit van het toeristisch product te verbeteren.

De SPA '05 verenigt alle organisaties en groeperingen in Appelscha die betrokken zijn bij



toerisme en recreatie in Appelscha en heeft dan ook een belangrijke klankbordfunctie voor de projectcoördinatie. Naast het klankborden vormen de leden van SPA '05 ook diverse werkgroepen die met specifieke onderwerpen aan de slag gaan, zoals braderieën, kermis, Koninginnedag en dergelijke. De projectcoördinatie houdt nauw contact met SPA '05 en stemt de verschillende activiteiten regelmatig met SPA '05 af.

***Gemeente Ooststellingwerf en Provincie Friesland***

Deze twee overheidsinstanties hebben vooral een voorwaardenscheppende rol. Zij zorgen samen met de projectcoördinator voor een goede afstemming tussen de ontwikkelingen in Appelscha/gemeente Ooststellingwerf en de wettelijke kaders (bijvoorbeeld streek- en bestemmingsplannen). Daarnaast kunnen beide instanties financiële ondersteuning bieden bij de projecten die in Appelscha gerealiseerd moeten worden.

# 4

## Samenvatting, conclusies en vervolgstappen

### ***Het is vijf voor twaalf!***

Het productaanbod van Appelscha is al langer aan vernieuwing toe. De markt wordt veeleisender en de concurrentie neemt - zowel kwantitatief als kwalitatief - toe. Appelscha zit in een neergaande spiraal; een drastische omslag is vereist. Zonder een totaalvisie zullen de verschillende toeristische gebieden binnen Appelscha zich verder solitair ontwikkelen. Er zal geen of nauwelijks sprake zijn van samenhang of synergie. Deze ontwikkeling zal voor de Boerestreek grote negatieve gevolgen hebben. Bovendien zal het vermarkten van het product Appelscha erg moeilijk worden: geen uniformiteit in aanbod (samenstelling en niveau van voorzieningen) en geen duidelijke doelgroepen. Met het 'Kaderplan Recreatie & Toerisme Appelscha en omgeving' is een eerste aanzet gedaan om het tij te keren. Dit plan wordt opgevolgd door deze 'Toeristische Marketingvisie Appelscha en de Boerestreek'.

### ***Actie is geboden en de gemeente heeft een voortrekkersrol***

Bij de ontwikkeling van toeristisch Appelscha heeft de gemeente Ooststellingwerf de taak om duidelijk en helder leiding te geven. Enerzijds door het uitstippelen van een richting, waarvan dit rapport de eerste stap is, anderzijds door het aanpassen van de bestemmingen aan de ontwikkelingsvisie.

De cultuuromslag die Appelscha nodig heeft, moet worden gerealiseerd door zowel een groot deel van de private aanbieders van toeristische voorzieningen als door de publieke sector. Voor de cultuuromslag is het maken van keuzes essentieel. Deze zullen niet voor iedereen gunstig uitpakken, tenzij men de potentie (kennis/ervaring, ambitie, veerkracht en financiële middelen) heeft om zich aan te passen aan de veranderde situatie.

### ***De drie A's ofwel de drie ontwikkelingslijnen voor Appelscha***

Ontwikkelingslijnen zijn thema's waarlangs een plaats of een gebied moet worden (her)ontwikkeld. Binnen de geformuleerde missie, visie, ambitie en doelgroepen voor Appelscha passen drie ontwikkelingslijnen:

1. Appelscha - Actief  
Deze lijn richt zich vooral op de vijftigers/zestigters die op een actieve manier Appelscha - en dan met name het buitengebied - willen verkennen.
2. Appelscha - Avontuurlijk  
Deze lijn vormt de paraplu voor verschillende voorzieningen en activiteiten die zich richten op kinderen (tot ongeveer 12 jaar). Hierbij gaat het om het actief ontdekken van de avontuurlijke kant van Appelscha.
3. Appelscha - Aangenaam  
Elke inspanning eist vroeger of later ook weer een moment van ontspanning. Tijd om op adem te komen, om uit te rusten en weer nieuwe energie op te doen (eten en drinken). Uiteraard is Appelscha - Aangenaam er ook voor gasten die puur voor de ontspanning naar Appelscha komen.

Deze drie ontwikkelingslijnen passen prima naast elkaar en werken zelfs versterkend. Bij de ontwikkeling moet zoveel mogelijk worden uitgegaan van concentratieplekken van dag- en verblijfsrecreatieve voorzieningen die elkaar versterken en inspelen op de drie thema's. Er zijn voorzieningen en activiteiten, die als potentiële must see<sup>9</sup> bezienswaardigheid gelden. De aantrekkingskracht hiervan is sterk afhankelijk van de daadwerkelijke opzet en/of uitwerking (het concept). Daarnaast zijn er veel voorzieningen en activiteiten die tot de aantrekkelijke bezienswaardigheden/locaties<sup>10</sup> behoren. Deze zullen de aantrekkelijkheid van Appelscha en de onderlinge samenhang van het totale productaanbod versterken en herhalingsbezoek stimuleren.

De (groene) gebieden binnen Appelscha moeten zoveel mogelijk met elkaar worden verbonden en op bepaalde plekken moeten voorzieningen zijn voor actieve of passieve ontspanning. Bij de (her)inrichting van de openbare ruimte moet rekening worden gehouden met de dag- en verblijfsrecreanten.

#### ***Private en publieke investeringen zijn nodig***

De gemeente Ooststellingwerf kan de kar niet alleen trekken. Enerzijds kan voor de publieke investeringen wellicht een beroep worden gedaan op speciale subsidiepoten buiten de gemeente. Anderzijds zijn ook private investeringen noodzakelijk, waarvoor er binnen de drie ontwikkelingslijnen voldoende mogelijkheden zijn. Daarbij moet de gemeente wel de voorwaarden scheppen waaronder het voor private investeerders aantrekkelijk is om te investeren. De belangrijkste voorwaarde daarbij is het maken van duidelijke keuzes voor de toekomst en het vasthouden aan het ingezette beleid. Ofwel, het aannemen van en het meewerken aan de toeristische marketingvisie voor Appelscha door de gemeenteraad.

#### ***Van investeringswerkgroep naar projectontwikkelaar/private investeerders***

De gemeente Ooststellingwerf wil in elk geval het 'gat' op de Boerestreek, dat is ontstaan door het vertrek van Attractiepark Duinenzathe, met een nieuwe voorziening opvullen. Daarnaast is het - als uitvloeisel van de geformuleerde missie en visie - de bedoeling overige investeringen in nieuwe of bestaande voorzieningen in Appelscha te stimuleren, alsmede om nieuwe activiteiten te (laten) ontwikkelen.

In de eerste fase is het raadzaam een investeringswerkgroep te vormen met als doel het uitwerken van een (her)inrichtingsplan voor de Boerestreek en de directe omgeving. Daarbij moet worden uitgegaan van c.q. rekening worden gehouden met de drie ontwikkelingslijnen voor Appelscha en de daarbij voorgestelde voorzieningen en activiteiten (zie bijlage 5). In de op te richten investeringswerkgroep moeten personen zitting hebben vanuit verschillende disciplines (zoals toerisme/recreatie, landschapsarchitectuur, bouwkunde, planologie, marketing) en deze personen moeten geheel onafhankelijk zijn. De

<sup>9</sup> Voor de toelichting wordt verwezen naar paragraaf 2.1

<sup>10</sup> Idem als footnote 9

investeringswerkgroep onderhoudt nauw contact met de gemeentelijke afdelingen over het wettelijk kader en met de projectcoördinator voor afstemming van het (her)inrichtingsplan.

Nadat het (her)inrichtingsplan voor de Boerestreek en de directe omgeving is uitgewerkt, zal het project worden uitgezet bij een projectontwikkelaar en mogelijk bij een of meerdere private investeerders (tweede fase). Op dat moment kan de investeringswerkgroep worden ontbonden. Ten behoeve van de financierbaarheid van de plannen kan onder andere worden gedacht aan de combinatie woningen-winkels. De winkels aan de Boerestreek moeten wel passen bij de drie ontwikkelingslijnen voor Appelscha (zoals een galerie, konditorei, maar bijvoorbeeld geen supermarkt).

***Keuzes moeten breed worden gedragen en de visie moet worden vastgesteld***

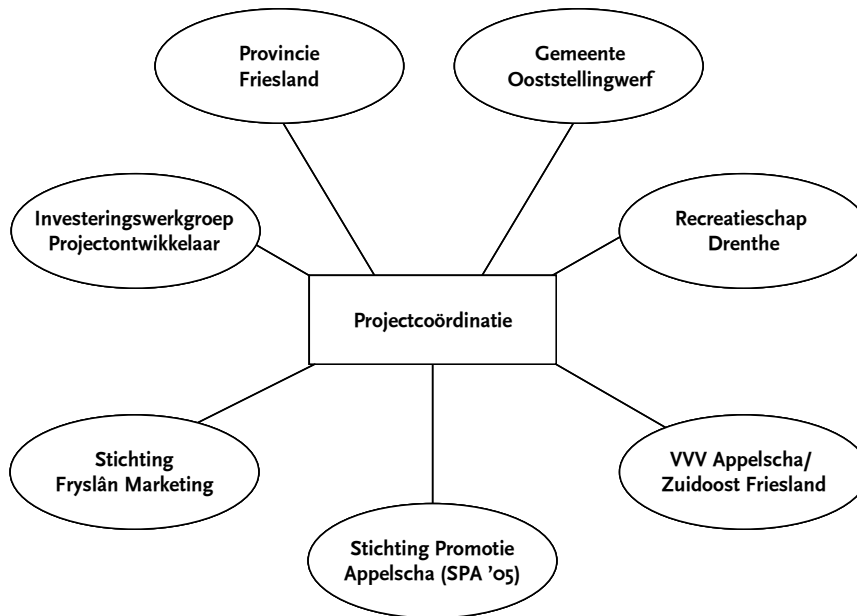
Allereerst zal de toeristische marketingvisie voor Appelscha moeten worden gecommuniceerd naar diverse geledingen. De communicatie moet worden gericht op het gemeentebestuur, de raadsfracties en haar leden, de provincie Friesland, het toeristisch bedrijfsleven in Appelscha en de inwoners van Appelscha. Het doel van de communicatie is tweeledig, namelijk het informeren en het verkrijgen van zoveel mogelijk draagvlak. Deze communicatie zal de eerste taak zijn van de aan te stellen projectcoördinator. Voor de aanstelling van de projectcoördinator moet tevens een budget worden vastgesteld.

Daarbij wordt benadrukt dat het niet mogelijk zal zijn om het iedereen naar de zin te maken. Echter, het totale belang moet belangrijker zijn dan het individuele belang. Bovendien moet worden beseft dat de kost voor de baat uitgaat. Bij de communicatie naar de verschillende geledingen kan een artist impression een belangrijke rol vervullen. Immers, beelden zeggen vaak meer dan woorden. Ook een bezoek aan een of meer (voorbeeld)gemeenten kan zeer nuttig zijn om de visie toe te lichten en daardoor het draagvlak (sneller) te vergroten. Voor deze communicatieactiviteiten moet ook een budget beschikbaar worden gesteld.

***Betrokken organisaties bij de herontwikkeling van toeristisch Appelscha***

Om breed draagvlak te verkrijgen voor de toeristische marketingvisie en om de daarin beschreven ontwikkeling in gang te zetten c.q. de projecten te realiseren, moeten alle bij toerisme en recreatie betrokken partijen inzicht krijgen in de marketingvisie, moeten zij op de hoogte worden gehouden over de voortgang en moet een en ander met hen worden afgestemd. In de hieronder afgebeelde organisatiestructuur wordt rekening gehouden met alle relevante partijen en wordt ingegaan op hun rol en taken binnen deze structuur.

**Figuur 1**    *Organisatiestructuur voor de herontwikkeling van toeristisch Appelscha*



***De projectcoördinator voert de regie en stemt permanent af met belanghebbenden***

Nadat de toeristische marketingvisie voor Appelscha door de gemeenteraad is aangenomen, moet deze enerzijds nader worden uitgewerkt in een concreet promotieplan en anderzijds inhoudelijk worden bewaakt. Daarbij is het nodig dat plannen worden getoetst aan de visie c.q. in lijn moeten liggen met de visie. Voor de centrale regie moet een projectcoördinator worden aangesteld, wiens allereerste taak het is om de toeristische marketingvisie te communiceren en daarvoor breed draagvlak te verkrijgen. Bovendien moet hij/zij direct starten met het aanboren van subsidies, sponsorgelden en overige bijdragen voor onder andere publieke investeringen en promotieactiviteiten.

De aan te stellen projectcoördinator moet in elk geval slagvaardig zijn, in staat zijn de visie 'te verkopen', kennis hebben van toerisme/recreatie en onafhankelijk zijn. Daarnaast is het een pré indien de projectcoördinator bekend is met Ooststellingwerf in zijn algemeenheid en/of Appelscha in het bijzonder.

***De projectcoördinator als spin-in-het-web***

De projectcoördinator heeft lijntjes naar alle geledingen. Voor het creëren en vasthouden van draagvlak vindt permanente afstemming plaats met de Stichting Promotie Appelscha (SPA '05), waarin allerlei organisaties en groeperingen uit Appelscha zijn verenigd. Daarnaast onderhoudt de projectcoördinator geregeld contact met de gemeente Ooststellingwerf, onder andere met de beleidsmedewerker toerisme en recreatie, en met de Provincie Friesland. Dit ten behoeve van de toeristische ontwikkelingen in Appelscha en de benodigde afstemming op de wettelijke kaders (bijvoorbeeld streek- en bestemmingsplannen) én de financiering/subsidiëring van projecten. Ten aanzien van de product-

ontwikkeling is de projectcoördinator op de hoogte van de activiteiten van de investeringswerkgroep die het (her)inrichtingsplan voor de Boerestreek en de directe omgeving ontwikkelt. Ook later onderhoudt de projectcoördinator contact met de projectontwikkelaar/private investeerder. Voor de productontwikkeling vindt ook afstemming plaats met het Recreatieschap Drenthe. VVV Appelscha/Zuidoost Friesland en Stichting Fryslân Marketing zijn de aangewezen organisaties waarmee de projectcoördinator de promotie afstemt.

***Metten is weten***

Om tenslotte het effect van het ingezette beleid en de gedane investeringen te kunnen toetsen, is monitoring van belang. In subparagraaf 3.3.2 zijn enkele doelstellingen geformuleerd, die gemeten moeten/kunnen worden. Op die manier kan worden beoordeeld of Appelscha haar missie, visie, ambitie en doelstellingen verwezenlijkt.



## Geraadpleegde bronnen

Kaderplan Recreatie & Toerisme Appelscha en omgeving, Grontmij Advies & Techniek bv in opdracht van de Gemeente Ooststellingwerf (2002).

Voortgangsrapportage kaderplan Recreatie & Toerisme Appelscha 2004, Grontmij Advies & Techniek bv in opdracht van de Gemeente Ooststellingwerf (2004).

Kaderplan Recreatie & Toerisme Appelscha en omgeving, Uitvoeringsprogramma, versie 3, Grontmij Advies & Techniek bv in opdracht van de Gemeente Ooststellingwerf (2005).

VVV gids Appelscha/Zuidoost Friesland Drents-Friese Wold, complete vakantiewijzer 2005/2006.

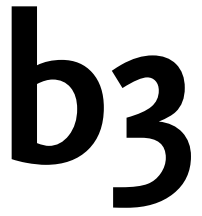
CBS gegevens, website (oktober 2005).



Toeristische Marketingvisie Appelscha en de Boerestreek  
(rapport d.d. 22 december 2005)

## Het productaanbod in Appelscha naar gebied





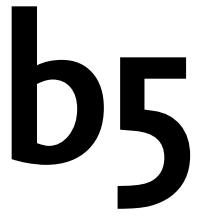
Toeristische Marketingvisie Appelscha en de Boerestreek  
(rapport d.d. 22 december 2005)

## SWOT Appelscha



Toeristische Marketingvisie Appelscha en de Boerestreek  
(rapport d.d. 22 december 2005)

## Longlist voorzieningen en activiteiten



Toeristische Marketingvisie Appelscha en de Boerestreek  
(rapport d.d. 22 december 2005)

## **Shortlist voorzieningen en activiteiten**