

visit
Lelystad

Informatiebulletin Vrijtijdseconomie
2024



Voorwoord



Beste lezer,

Het jaar 2024 stond voor Lelystad in het teken van vooruitgang, verbinding en vernieuwing. Zowel op het gebied van recreatie, toerisme als beleid zijn er in het afgelopen jaar belangrijke stappen gezet die onze stad nog aantrekkelijker maken voor bewoners, bezoekers en ondernemers. Met trots blikken we in dit informatiebulletin terug op de vele ontwikkelingen die hebben bijgedragen aan het versterken van Lelystad als hoofdstad van Flevoland én als hoofdstad van de nieuwe natuur.

In het eerste half jaar van 2024 hebben we onder meer de nieuwe passantensteiger aan de Lage Dwarsvaart gerealiseerd. Deze prachtige aanlegplaats is een meerwaarde voor watersportliefhebbers en versterkt tegelijkertijd onze toeristische sector. Hier komt alles samen: water, natuur en stad op loopafstand van elkaar. Een unieke combinatie waarin de verbinding tussen mens en natuur centraal staat. Ook hebben we met campagnes zoals de Tulpenroute Flevoland, Koningsdag en de zomercampagne 'Lelystad, Zomer vol Avontuur' laten zien hoe veelzijdig onze stad is. Visit Lelystad speelt hierin een centrale rol met creatieve en effectieve promotie.

Daarnaast zijn we gestart met de ontwikkeling van een accommodatievisie. Samen met recreatieondernemers onderzoeken we welk type verblijfsaccommodaties ons toeristisch aanbod het beste aanvult, en voor welke doelgroepen we nog kansen zien. Daarbij wordt ook hard gewerkt aan het gebiedsprogramma van Nationaal Park Nieuw Land, met speciale aandacht voor recreatieve voorzieningen die bijdragen aan de aantrekkingskracht van het park én de regio.

In de tweede helft van het jaar hebben we opnieuw mooie stappen gezet. Zo is er een belangrijke samenwerking ontstaan met Staatsbosbeheer en Flevo-landschap, waarmee we het wandelknooppuntennetwerk binnen hun natuurgebieden kunnen uitbreiden. Wandelen blijft de populairste vrijetijdsbesteding in onze provincie en met deze toevoeging maken we het nóg aantrekkelijker om de natuur rondom Lelystad te verkennen.

Ook is de pilot gestart om bezoekers van grote trekpleisters, zoals het Aviodrome, te verleiden andere mooie plekken in onze stad te ontdekken. Tegelijkertijd hebben we geïnvesteerd in online én offline zichtbaarheid: de vernieuwde website van Visit Lelystad is gelanceerd en de toeristische informatieborden in de stad zijn vernieuwd of staan op de planning om vervangen te worden. Zo zorgen we ervoor dat bezoekers goed geïnformeerd en geïnspireerd op pad gaan. Kortom: 2024 laat zien dat Lelystad volop in ontwikkeling is. Samen met partners en ondernemers blijven we bouwen aan een aantrekkelijke, gastvrije en toekomstgerichte stad. We nodigen u uit om de hoogtepunten in dit bulletin te ontdekken en samen verder te werken aan een nog mooier Lelystad.

Veel leesplezier!

Wethouder Piet van Dijk
Recreatie en Toerisme

Inhoud

4.	4.		4.
Wandelknoop- puntennetwerk	Netwerk- bijeenkomst November		Vernieuwing borden
	5.		6.
	Ontwikkelingen Nationaal Park Nieuw Land		Bezoekers van de grote toeristische trekpleisters
7.			8.
Fietshubs		Evenementen- beleid afgerond	Nieuwe evenementen
8.	9.		11.
Promotie op events	Campagnes Visit Lelystad		Persreis New Dutch
11.		11.	
Horecavisie vastgesteld		Kennissessie Marketing Oost	
	12.	15.	
	Tour recreatie en toerisme	Accommodatie- visie	
15.			15.
Nieuwe website Visit Lelystad gelanceerd			Beurbezoek & Netwerk- bijeenkomsten

Wandelknooppuntennetwerk

Het wandelknooppuntennetwerk voor Lelystad is op papier helemaal klaar en zal in 2025 worden uitgerold. Staatsbos-beheer en het Flevo-landschap hebben de mooiste paden in hun gebied aangegeven en deze worden onderdeel van het netwerk. Het wandelknooppuntennetwerk zal uiteindelijk een netwerk door heel Flevoland worden.



Netwerkbijeenkomst november

Deze bijeenkomst voor toeristische (re)creatieve en horecaondernemers vond plaats in AGORA Theater en werd goed bezocht door meer dan 40 ondernemers uit het vakgebied. Doel van deze bijeenkomst was om jullie te informeren over aanpak Citymarketing 2.0, incl. de lancering van de nieuwe website [visitlelystad.nl](https://www.visitlelystad.nl). Tevens werd u meegenomen in het vastgestelde evenementenbeleid & horecavisie. In het tweede gedeelte werd er meer verteld over doelgroeponderzoeken en ingezet op aanbodontwikkeling en samenwerking. De organisatie van Happen & Stappen/Trappen gaf een presentatie met een aantal leuke landelijke voorbeelden die opgezet zouden kunnen worden. De middag werd afgesloten met een rondleiding door het theater en een netwerkborrel waar de wethouders bij aansloten.

Vernieuwing borden

Werkeiland

De informatiepanelen op Werkeiland Lelystad zijn vernieuwd. Ze hebben een nieuwe opmaak gekregen en zijn opnieuw beletterd. De panelen vertellen het verhaal van de geschiedenis van Werkeiland en bieden bezoekers heldere en toegankelijke informatie over deze bijzondere plek.

Fietsknooppunten borden

In 2024 hebben we een verkenning gedaan van fietsknooppunten borden. Bij het vervangen van de borden hebben we de kans gegrepen om ze een nieuwe uitstraling te geven. De borden zijn inmiddels vervangen, we hebben nu weer een fris en up-to-date fietsknooppuntennetwerk.



Ontwikkelingen Nationaal Park Nieuw Land



Gebiedsprogramma NPNL Lelystadse kant

Het gebiedsprogramma voor het Nationaal Park Nieuw Land Lelystadse kant bevindt zich in de afrondingsfase. Dit plan richt zich op het strategisch ontwikkelen en beheren van het natuurgebied, met bijzondere aandacht voor de integratie van recreatieve mogelijkheden. Een belangrijk aspect van het gebiedsplan is de aansluiting van de vrijetijdseconomie. Er wordt meegedacht over hoe recreatieve activiteiten en voorzieningen kunnen worden geïntegreerd om zowel de aantrekkingskracht van het park te vergroten als de bezoekerservaring te verbeteren.

Familie van rotondes

De eerste rotonde aan de Buizerdweg, onderdeel van het project “Familie van rotondes”, bevindt zich in de afrondende fase. De rotondes, mede bedacht door omwonenden, zijn ontworpen in de stijl van het Nationaal Park en dienen als welkom voor bezoekers van het park.

Onderzoek beheer en onderhoud toren

Er is een nieuwe uitkijktoren in de Oostvaardersplassen: De Roerdomp. De uitkijktoren biedt een uitzicht over het gevarieerde Oostvaardersplassenlandschap met riet, bosschages, moeras en water. Op de bovenste verdieping zijn vier prachtige informatiepanelen met uitleg over het gebied met supergave landschapsschilderijen.

De werkzaamheden voor Poort Oostvaardersplassen Lelystad zijn in volle gang.

Parkeerplaatsen

Er zijn extra parkeerplaatsen gecreëerd aan de Buizerdweg. De eerste fase is afgerond en daarmee zijn 100 extra parkeerplaatsen gerealiseerd. Ook zijn er rond de parkeervakken bomen en struiken geplaatst.

Nieuwe passantensteigers

Er zijn twee passantensteigers aan de Lage Dwarsvaart en bij de praambult geopend. Het is nu mogelijk om de Oostvaardersplassen vanaf water te bereiken. Het geeft mensen die met de kano of met de boot aankomen de gelegenheid om aan te meren en het gebied verder te verkennen.



Bezoekers van de grote toeristische trekpleisters



Vanuit het Raadsakkoord hebben wij een onderzoek afgerond met de centrale vraag: “Hoe motiveren we bezoekers van de Lelystad een combinatie- of herhaalbezoek te doen? / Met welke interventies in de customer journey motiveren we de bezoekers van Lelystad een combinatie- of herhaalbezoek te doen?” Doel is om onze bezoekers aan de grote trekpleisters te verleiden om hun bezoek in Lelystad te verlengen dan wel een herhaalbezoek te laten plaatsvinden. Voor dit onderzoek werkten wij samen met een aantal van onze toeristisch recreatieve ondernemers, Bureau Buhrs en de Behaviour Club. Voor het onderzoek hebben wij een subsidie gekregen van het NBTC. Omdat dit een vraagstelling is waar alle gemeentes in Nederland mee worstelen en omdat het NBTC onze opzet (de BOOST methode, een methode gebaseerd op wetenschappelijke modellen voor gedragsverandering) zo interessant vinden hebben zij ons Pilot voor Nederland gemaakt.

De BOOST methode bestaat uit de volgende stappen:

Bepaling van doelgroep en doelgedrag

Onderzoek de situatie

Ontwerp de interventie

Soft implementatie

Toets de effectiviteit en rol verder uit

Voor het onderzoek hebben wij literatuur onderzoek, veldonderzoek en interviews laten uitvoeren door Bureau Buhrs en Behaviour Club, vervolgens hebben wij sessies gehad met Lelystadse ondernemers uit de toerisme en

recreatie branche. Hieruit zijn belangrijke inzichten naar voren gekomen en vanuit de inzichten hebben we samen met een aantal ondernemers gekeken wat kansrijk is om in te zetten om herhaalbezoek te stimuleren. Vooral de samenwerking tussen gemeente en de ondernemers is van groot belang, alleen samen kunnen we dit succesvol maken.

Vervolgens hebben we samen met Behaviour Club gekeken naar welke strategische interventies geschikt zijn voor actieve gedragsverandering bij de bezoekers (stimuleren). Het overkoepelende idee is dat we bezoekers van bepaalde bestemmingen activeren andere Lelystadse bestemmingen te bezoeken die passen bij hun specifieke bezoekmotieven en wensen. Lelystad heeft voor elk soort bezoeker meerdere bestemmingen/ activiteiten te bieden, maar zij moeten dit aanbod wel kennen en vervolgens geactiveerd worden deze andere plek(ken) te bezoeken. Bestemmingen die een vergelijkbare doelgroep aanspreken koppelen we aan elkaar en onderzoeken of doorverwijzen van locatie A naar locatie B een effectieve strategie is om herhaalbezoeken te stimuleren.

Op basis van dit idee hebben we een pilot ontwikkeld die we in de praktijk implementeren en nauwlettend monitoren. De eerste interventie is geplaatst en dient als een leerervaring, waarna succesvolle elementen verder ontwikkeld en toegepast kunnen worden op andere locaties binnen Lelystad. Voor de pilot onderzoeken we

of we bezoekers van Luchtvaartmuseum Aviodrome kunnen verleiden om ook het Belevenissenbos te bezoeken. De interventie richt zich op gezinnen met jonge kinderen. Aviodrome en het Belevenissenbos zijn onder andere gekozen vanwege hun vergelijkbare doelgroep en aantrekkingskracht op gezinnen.

Als de pilot effectief blijkt, kan deze strategie op meerdere plekken worden toegepast. Op dit moment hebben Belevenissenbos, Batavia Stad Fashion Outlet, Toms Creek en Natuurpark Lelystad aangegeven de interventies ook bij hen te willen plaatsen om hun bezoekers actief door te verwijzen naar andere plekken in Lelystad. In 2025 willen we op nog 4 andere locaties interventies ontwikkelen.

en om onze bezoekers gericht op hun eigen voorkeuren te verleiden nog een locatie in Lelystad te bezoeken. Dit gericht verleiden doen we op basis van de doelgroep die geïnteresseerd is in zowel deze locatie als de locatie waar we heen verwijzen. Het bepalen van deze doelgroep doen we door middel van onderzoek op basis van hun leefstijlen.

Bent u benieuwd onder welke doelgroep u toeristisch gezien valt? Doe zelf de test op Leefstijlvinder. In Lelystad hebben wij onder de inwoners veel Plezierzoekers (Lelystad 25% van de inwoners, landelijk 19%), Stijlzoekers (Lelystad 18% van de inwoners, landelijk 17%) en Inzichtzoekers (Lelystad 14% van de inwoners, landelijk 11%).



Fietshubs

De provincie is druk bezig met deelvervoer en vanuit Vrijtijdseconomie zijn wij hier samen met mobiliteit dicht bij betrokken. In navolging van Noordoostpolder is het mooi als ook in Lelystad de toeristisch recreatieve ondernemers de mogelijkheid krijgen om aan te sluiten bij een deelfiets-systeem door middel van fietshubs. Zeker nu dit systeem door de provincie zal worden uitgerold. In Lelystad zijn niet alle toeristische trekpleisters evengoed bereikbaar met het openbaar vervoer en doormiddel van een deelfietssysteem zijn de toeristisch recreatieve ondernemers duurzaam bereikbaar voor iedereen. Bataviastad Fashion Outlet, Toms Creek, Natuurpark Lelystad en het bezoekerscentrum van Staatsbosbeheer hebben al hun interesse kenbaar gemaakt.



Evenementenbeleid afgerond

Het evenementenbeleid is unaniem aangenomen door de raad, de vervolgstap is om het beleid om te zetten in uitvoering. Dit omvat onder andere het ontwikkelen van een evenemententerrein voor meer dan 5.000 bezoekers ergens in Lelystad. Daarnaast zullen er in samenwerking met ECL informatiebijeenkomsten worden georganiseerd voor evenementenorganisatoren



Nieuwe evenementen

Kermis: afgelopen jaar is er hard gewerkt aan de aanbesteding om de Kermis weer terug te brengen naar Lelystad. Met succes: de kermis keert terug op de Meent in Lelystad. De eerste editie vond plaats van 25 april. Deze zomer vindt de tweede editie plaats van 13 t/m 17 augustus 2025 van 13.00 - 23.00 uur.

Bevrijdingsfestival: op 5 mei 2024 heeft voor het eerst het Bevrijdingsfestival op het Agroraplein in Lelystad plaatsgevonden. Dit was een groot succes! Ook de editie in 2025 werd goed ontvangen en we hopen hier een structureel festival van te kunnen maken voor alle Lelystedelingen.

Promotie op events

Gemeente Lelystad heeft met een stand deelgenomen aan de beurs van de Hiswa te Water van 28 augustus t/m 1 september 2024. Hierbij zijn de onderwerpen vrijetijdseconomie en het Nationaal Park Nieuw Land vertegenwoordigd.

Ook stonden we wederom op de Oldtimerdag met een promotionele stand!

Bezoekers waren erg enthousiast om te horen wat voor moois Lelystad allemaal te bieden heeft en welke ontwikkelingen er allemaal spelen. Het 'toeristische magazine' werd vol enthousiasme ontvangen door bezoekers.



Eropuit in de HERFSTVAKANTIE visit Lelystad

Meer inspiratie? Kijk eens op www.visitleystad.nl/herfstvakantie

Kijk voor alle activiteiten op [visitleystad.nl/herfstvakantie](https://www.visitleystad.nl/herfstvakantie)

Eropuit in de KERSTVAKANTIE visit Lelystad

Meer inspiratie? Kijk eens op www.visitleystad.nl/kerstvakantie

Kijk voor alle activiteiten op [visitleystad.nl/kerstvakantie](https://www.visitleystad.nl/kerstvakantie)

TULPENROUTE FLEVOLAND 13 april - 5 mei visit Lelystad

Tulpenroute Flevoland gaat 10e editie in!

Via een app?

Kijk voor meer informatie op [visitleystad.nl/tulpenroute](https://www.visitleystad.nl/tulpenroute)

De Telegraaf Abonneer voor €10,50/week

18 okt. 1.000+ likes
Sandra belandde met haar schoonzus in bed. 'Overtig hakte ik in haar tepels'

18 okt. 1.000+ likes
Correspondent Paul Jansen knoopt lokale Trump-wijn, maar voelt zich bekecht

Fietsen in de herfstvakantie in Lelystad
Trek eropuit tijdens de herfstvakantie en ontdek Lelystad op de fiets. Kieft een mooie route uit en geniet van de herfst. Welke route ga jij verkennen?

advertentie van Visit Lelystad

Lees verder

Campagnes Visit Lelystad

Open Monumentendag

Voor Open Monumentendag in Lelystad hebben we een campagne opgezet en ondersteund bij de pop-up expositie in het station. Bij de expositie hadden we ruimte om onze folders en brochures tentoon te stellen, waardoor bezoekers meer informatie konden meenemen. De interesse was groot: we behaalden meer dan 1200 clicks naar de website op de speciale pagina. Een mooie manier om Lelystads erfgoed onder de aandacht te brengen!

Herfstvakantie

Voor de herfstvakantie hebben we een campagne opgezet rondom wandelen en fietsen. In de advertentie hebben we de mooiste routes uitgelicht, terwijl de websitecampagne-pagina volop eropuit-tips voor de herfstvakantie bood. Daarnaast hebben we de campagne extra kracht bijgezet met een online bannercampagne in onder andere de Flevopost en Telegraaf. De resultaten spreken voor zich: ruim 6000 extra clicks naar de site! Een succesvolle actie waarmee we Lelystad als dé bestemming voor een actieve herfstvakantie hebben neergezet.

Kerstvakantie

Tijdens de kerstvakantie hebben we een overzicht gepresenteerd van de activiteiten die gericht waren op uitgaan en shoppen in deze winterse periode. Dit overzicht was zowel te vinden in een advertentie als via een online bannercampagne via Mediahuis. Deze aanpak heeft geresulteerd in meer dan 5000 clicks naar de website.

Tulpenroute Flevoland

De Tulpenroute Flevoland heeft een enorme boost gekregen dankzij uitgebreide mediapromotie. In de Flevopost zijn twee volledige pagina's gewijd aan het evenement, en er is een speciale landingspagina opgezet met alle details over de activiteiten. Op social media hebben

we extra aandacht besteed aan de diverse routes en de Lelystadse ondernemers die hierbij betrokken waren. Deze inspanningen hebben geleid tot indrukwekkende resultaten: er zijn maar liefst 18.874 klikken naar de website geregistreerd.

Koningsdag

In samenwerking met Evenement Coördinatie Lelystad (ECL) en Oranje Comité Lelystad (OCL) hebben we een krachtige campagne voor Koningsdag opgezet. De campagne omvatte een opvallende advertentie in de Flevopost, gerichte social media-activiteiten, en een speciaal ontworpen landingspagina voor Koningsdag. Daarnaast hebben we posters verspreid en opgehangen in het stadshart en ECL heeft de campagne versterkt met lantaarnpaalborden door de stad. Deze gezamenlijke inspanningen hebben geleid tot goede resultaten: de website ontving maar liefst 11.290 klikken. De succesvolle samenwerking heeft duidelijk zijn vruchten afgeworpen en de belangstelling voor Koningsdag in Lelystad vergroot.

Meivakantie

In de meivakantie hebben we promotiecampagne voor een dagje aan de kust gevoerd. Gedurende twee weken hebben we een strategische mix ingezet van een advertentie in de Flevopost en online advertenties via platforms zoals de Flevopost en Telegraaf. Een belangrijke troef was de recente opening van het Batavia Wheel (reuzenrad), dat we direct in de campagne hebben geïntegreerd. Naast digitale promotie hebben we driehoeksborden geplaatst in Lelystad. Deze uitgebreide campagne heeft geresulteerd in 28.000 klikken naar de website, waarvan 20.000 naar de pagina van het Reuzenrad.

Eropuit in de
MEIVAKANTIE

**Zandspaan
& goudvinders**

Activiteiten

**Meer inspiratie? Klik op de
aandelen onderaan de pagina**

Het is heerlijk om met de kinderen op de stranden van Lelystad te wandelen. Maar hoe kun je de tijd nog leuker maken? Het kan met een paar leuke activiteiten. Hieronder vind je een overzicht van de activiteiten die je kunt doen met de kinderen op de stranden van Lelystad.

1

Beachvolleybal met de kinderen

10:00 - 12:00 uur

2

Beachvolleybal met de kinderen

13:00 - 15:00 uur

3

Beachvolleybal met de kinderen

16:00 - 18:00 uur

4

Beachvolleybal met de kinderen

19:00 - 21:00 uur

5

Beachvolleybal met de kinderen

22:00 - 24:00 uur

6

Beachvolleybal met de kinderen

25:00 - 27:00 uur

7

Beachvolleybal met de kinderen

28:00 - 30:00 uur

8

Beachvolleybal met de kinderen

31:00 - 33:00 uur

9

Beachvolleybal met de kinderen

34:00 - 36:00 uur

10

Beachvolleybal met de kinderen

37:00 - 39:00 uur

11

Beachvolleybal met de kinderen

40:00 - 42:00 uur

12

Beachvolleybal met de kinderen

43:00 - 45:00 uur

13

Beachvolleybal met de kinderen

46:00 - 48:00 uur

14

Beachvolleybal met de kinderen

49:00 - 51:00 uur

15

Beachvolleybal met de kinderen

52:00 - 54:00 uur

16

Beachvolleybal met de kinderen

55:00 - 57:00 uur

17

Beachvolleybal met de kinderen

58:00 - 60:00 uur

18

Beachvolleybal met de kinderen

61:00 - 63:00 uur

19

Beachvolleybal met de kinderen

64:00 - 66:00 uur

20

Beachvolleybal met de kinderen

67:00 - 69:00 uur

21

Beachvolleybal met de kinderen

70:00 - 72:00 uur

22

Beachvolleybal met de kinderen

73:00 - 75:00 uur

23

Beachvolleybal met de kinderen

76:00 - 78:00 uur

24

Beachvolleybal met de kinderen

79:00 - 81:00 uur

25

Beachvolleybal met de kinderen

82:00 - 84:00 uur

26

Beachvolleybal met de kinderen

85:00 - 87:00 uur

27

Beachvolleybal met de kinderen

88:00 - 90:00 uur

28

Beachvolleybal met de kinderen

91:00 - 93:00 uur

29

Beachvolleybal met de kinderen

94:00 - 96:00 uur

30

Beachvolleybal met de kinderen

97:00 - 99:00 uur

31

Beachvolleybal met de kinderen

100:00 - 102:00 uur

32

Beachvolleybal met de kinderen

103:00 - 105:00 uur

33

Beachvolleybal met de kinderen

106:00 - 108:00 uur

34

Beachvolleybal met de kinderen

109:00 - 111:00 uur

35

Beachvolleybal met de kinderen

112:00 - 114:00 uur

36

Beachvolleybal met de kinderen

115:00 - 117:00 uur

37

Beachvolleybal met de kinderen

118:00 - 120:00 uur

38

Beachvolleybal met de kinderen

121:00 - 123:00 uur

39

Beachvolleybal met de kinderen

124:00 - 126:00 uur

40

Beachvolleybal met de kinderen

127:00 - 129:00 uur

41

Beachvolleybal met de kinderen

130:00 - 132:00 uur

42

Beachvolleybal met de kinderen

133:00 - 135:00 uur

43

Beachvolleybal met de kinderen

136:00 - 138:00 uur

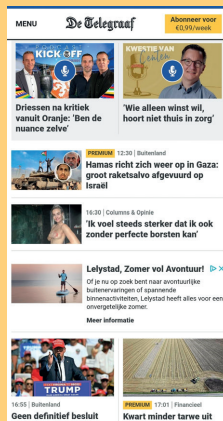
44

Beachvolleybal met de kinderen

139:00 - 141:00 uur

45

Beachvolleybal met

[illegible]

Persreis New Dutch

In oktober werd er een persreis georganiseerd door Amsterdam & Partners, waarbij de geschreven pers uit binnen- en buitenland naar Lelystad kwam om de Marker Wadden te bezoeken. Het bezoek was een succes, en inmiddels zijn er al verschillende publicaties verschenen. Zo heeft de Duitse krant NRZ een artikel gewijd aan Utopia Eiland, en is er een blog verschenen op het Belgische platform Reisgoesting over de bijzondere ervaringen op de Marker Wadden.

Deze persreis heeft bijgedragen aan de internationale bekendheid van Lelystad en de Marker Wadden als unieke bestemming.



Horecavisie vastgesteld

Op 15 oktober hebben we een belangrijke mijlpaal bereikt met de vaststelling van de horecavisie voor de periode 2024-2030. Na de vaststelling zijn wij hiermee aan de slag gegaan: zo zijn de gesprekken met de eigenaren van het horecaplein opgestart.



Kennissessie Marketing Oost

Eind september is team Vrijtijdseconomie op bezoek geweest bij Marketing Oost Zwolle. We hebben hen gevraagd of ze iets meer willen vertellen en inspireren waar Zwolle voor staat, hoe zij samenwerken en aan aanbodontwikkeling doen. Zij hebben daarvoor het kompas van Zwolle opgesteld, Zwolle: experimenteel, creatief en ondernemend de welvaart vergroten en doen veel aan aanbodontwikkeling. We hebben gezien hoe zij heel gericht met doelgroepen (pioniers, kenniswerkers en studenten) werken en concreet aan slag zijn (spannende Vrijtijdsstad). Het spannende vrijetijdsaanbod willen ze realiseren door aanbieders de ruimte te geven en te enthousiasmeren om jong en creatief aanbod te ontwikkelen. Hiervoor is samenwerking met de andere (creatieve) sectoren van belang. Met deze kennis proberen we ook onze ondernemers te stimuleren om samen te werken en doelgroepgericht aanbod te ontwikkelen.

Tour Recreatie en Toerisme

Op vrijdag 14 juni organiseerden we een informatieve tour voor de Raad, met als doel raadsleden inzicht te bieden in de speerpunten en activiteiten van de afdeling Recreatie en Toerisme. Deze tour bood raadsleden de unieke kans om achter de schermen te kijken en direct betrokken te raken bij de diverse initiatieven en projecten van de afdeling. Het was een uitstekende gelegenheid om raadsleden te informeren en te betrekken bij het beleid en de ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie, wat een constructieve dialoog bevorderde die bijdraagt aan de groei en ontwikkeling van de sector.

De dag begon in de VIP Room van Batavia Stad Fashion Outlet, waar Wethouder van Dijk de raadsleden verwelkomde. Chantal Bleeker gaf uitleg over het dagprogramma, gevolgd door een presentatie over Project Waterfront Kust door Nelle-Marie Peters. Na deze introductie wandelden we naar de kade van de Bataviawerf en gingen aan boord van de MS Waddenzee.

Tijdens de boottocht naar Werkeiland gaf Chantal Bleeker een presentatie over toeristische leefstijlen (toeristische profielen) en liet raadsleden een test doen om hun eigen leefstijl te ontdekken. Er werd dieper ingegaan op het toeristisch aanbod en de hiaten in de customer journeys voor diverse leefstijlen.

Aangekomen op Werkeiland, gaf Ans Fromm een boeiende uitleg over de ontstaansgeschiedenis van Werkeiland en Lelystad, waarna we een bezoek brachten aan de historische Barak.

De tour ging verder met een busrit naar het Toeristisch Overstap Punt (TOP), waar Nelle-Marie Peters uitlegde over de TOPs in Lelystad. Suzanne Marquering vertelde over de doorkijkpanelen en de verhalen die ze vertellen. In de bus lichtte Suzanne ook de verschillende campagnes van Visit Lelystad toe.

Bij aankomst in het Belevissenbos presenteerde Chantal een onderzoek voor het Raadsakkoord, gericht op het motiveren van bezoekers voor combinatie- of herhaalbezoeken aan Lelystad. Vanaf het Belevissenbos stapten we op Fatbikes en reden richting Bataviawheel. Hier vertelde Nelle-Marie over de totstandkoming van Bataviawheel in Lelystad.

De middag werd afgesloten met een gezellige borrel in Next restaurant, waar Wethouder van Dijk de dag officieel afsloot. Het was een geslaagde middag waarin raadsleden verrast werden door de vele mogelijkheden die Lelystad op toeristisch en recreatief gebied te bieden heeft, zowel nu als in de toekomst.



OOSTVAARDERSDIEP



3 OOSTVAARDERSDIEP
De Oostvaardersdijk is de laatste dijk van de Oostvaardersplassen. Het is de laatste dijk van de Oostvaardersplassen. Het is de laatste dijk van de Oostvaardersplassen.

De Oostvaardersplassen

De Oostvaardersplassen zijn een natuurgebied in de Oostvaardersplassen. Het is een natuurgebied in de Oostvaardersplassen. Het is een natuurgebied in de Oostvaardersplassen.

Accommodatievisie

Eind 2024 zijn we gestart met een accommodatievisie, deze visie zal laten zien welke verblijfsaccommodaties passen bij onze stad, en de stad nodig heeft om toeristisch naar een volgend level te groeien. Voor de zomervakantie hebben we met een groep recreatieondernemers een vruchtbare denktank georganiseerd over overnachtingsmogelijkheden in Lelystad. Tijdens deze sessie hebben we waardevolle informatie verzameld en onze ideeën gepresenteerd over hoe we de toeristische aantrekkingskracht van de regio kunnen vergroten.



Nieuwe website Visit Lelystad gelanceerd

De vernieuwde website van Visit Lelystad is gelanceerd. De website biedt een overzichtelijk en inspirerend platform waar bezoekers en inwoners alle informatie kunnen vinden over bezienswaardigheden, activiteiten en evenementen in Lelystad. De nieuwe website is gebruiksvriendelijker, visueel aantrekkelijk en beter afgestemd op de behoeften van onze bezoekers. Bekijk www.visitlelystad.nl voor meer informatie.



Beursbezoek & netwerkbijeenkomsten

In september vonden de toeristische vakbeurzen plaats, zoals de grootste Europese attractievakbeurs IAAPA, die dit keer in Amsterdam plaatsvond. Hiervoor werkten we samen met de MRA om genodigden meer te vertellen over de kansen en mogelijkheden van de MRA, en met name Lelystad. Er werden ontbijtsessies georganiseerd waar Lelystad als 'leisurestad aan de kust' onderdeel van uitmaakte.

In november werd ook de landelijke Recreatievakbeurs bezocht, waar diverse partijen op het gebied van recreatie zich profileren en waar innovatie een grote rol speelt. Tijdens deze beurs werd ook een bijeenkomst bijgewoond: 'Zet je regio op de kaart 2024: Balans in jouw bestemming – Maak deel uit van de toekomst van toerisme!'



OP 4 EN 5 MEI
STAAN WE
SAMEN STIL
BIJ VRIJHEID

BEVRIJDINGSFEEST
LELYSTAD