TOEKOMSTVISIE PLATFORM RECREATIE EN TOERISME

MEER ONTDEKKEN. LANGER GENIETEN. MIDDEN IN HET GROENE HART.

September 2025 | ‘s-Hertogenbosch
Projectnummer: G-VT-25051

GINDER
komt het tot leven

PReT
PLATFORM RECREATIE EN TOERISME
ALPHEN AAN DEN RIJN
HET Groene Hart VAN HOLLAND

INHOUD

1 **Inleiding** 3
- 1.1 Aanleiding 4

2 **Ambitie** 5
- 2.1 Ambitie Platform Recreatie en Toerisme 6
- 2.2 Toelichting ambitie 7
- 2.3 De toekomstvisie communiceren 8

3 **Actielijnen** 9
- 3.1 Vier PReT-Actielijnen 10
- 3.2 Sterk toeristisch aanbod 11
- 3.3 Krachtige samenwerking en verbinding 13
- 3.4 Positionering als toeristische bestemming 14
- 3.5 Buitengebied 15

4 **Uitvoering** 16
- 4.1 Organisatie 17
- 4.2 Uitvoeringsplan 18

5 **Perspectief** 21
- 5.1 Trends en ontwikkelingen in recreatiesector 22
- 5.2 Trends en ontwikkelingen in context 24
- 5.3 Kaders voor de herijking vanuit het platform toerisme en recreatie 25
- 5.4 Kaders voor de herijking vanuit de gemeente Alphen aan den Rijn 26
- 5.5 Kaders voor de herijking vanuit de regio 28

6 **Bijlagen** 29
- 6.1 Ronde tafel bijeenkomsten 30
- 6.2 Enquête resultaten 32
- 6.3 Ter inspiratie: het verhaal van Alphen 33

1 Inleiding

1.1 AANLEIDING

Het Platform Recreatie en Toerisme (PReT) is de motor achter de toeristisch-recreatieve sector in Alphen aan den Rijn. We zijn een platform van én voor ondernemers, dat samenwerkt met gemeente Alphen aan den Rijn, Alphen Marketing, VOA, vrijwilligersorganisaties en EDBA. Gezamenlijk werken we aan een bruisende en gastvrije regio in de kern van het Groene Hart.

Ruim vijf jaar geleden hebben we een toekomstvisie en actieagenda voor de periode 2020-2025 opgesteld. De afgelopen jaren hebben we hard gewerkt aan (1) een schaalsprong van de iconen Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna. Ook werkten we aan (2) de profilering van gemeente Alphen aan den Rijn en (3) de verbinding met de Limes. Verblijfsaccommodaties (4), bereikbare bestemmingen (5) en het gebruik van het groen (6) waren andere actielijnen waar PReT zich mee bezig hield.

Een herijking van de bestaande visie

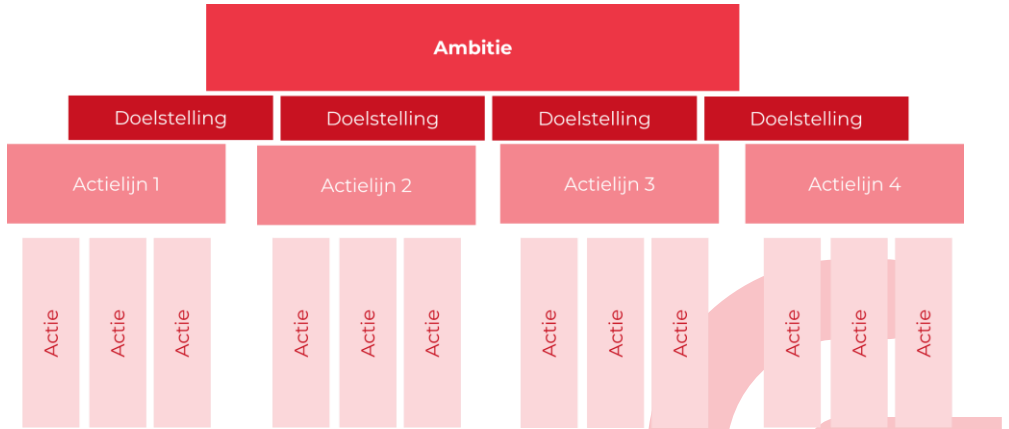
Nu is het tijd voor een frisse blik door een herijking van de toekomstvisie op te stellen, voor de komende vijf jaar (2026-2031). De wereld verandert continue en het is van belang om hier op in te spelen. We hebben ontwikkelingen zoals verduurzaming, ruimteclaims, veranderende behoeften naar recreatie meegenomen in onze toekomstvisie. Deze visie is opgesteld met behulp van de deelnemers en belanghebbenden van PReT. Middels een online enquête, gesprekken met betrokkenen en twee ronde tafel sessies met deelnemers hebben we bepaald waar we ons de komende vijf jaar op willen richten.

Hier kwam duidelijk naar voren dat er een viertal richtlijnen zijn: versterking van het toeristisch aanbod, focus op samenwerking, versterking van de positionering van (de gemeente) Alphen aan den Rijn en het recreatief gebruiken van het buitengebied. Er is gezamenlijk een ambitie op gesteld waar Platform Recreatie en Toerisme zich de komende jaren op zal richten. Hier zijn enkele doelstellingen aan gekoppeld ter concretisering. De uitvoering zal plaatsvinden middels vier actielijnen met bijbehorende acties.

Leeswijzer

Deze toekomstvisie start met de ambitie van PReT en haar doelstellingen. Hierna zijn de actielijnen en acties geformuleerd, met een uitvoeringsagenda waar verantwoordelijke(n), prioritering en budgetten aan zijn gekoppeld. Tot slot zijn de kaders die zijn meegenomen in de visie opgenomen. Het laatste hoofdstuk betreft de bijlagen.

Figuur 1. Opzet toekomstvisie PReT



2 Ambitie

2.1 AMBITIE PLATFORM RECREATIE EN TOERISME

Aan de hand van gesprekken met deelnemers en betrokkenen is onze ambitie voor de komende vijf jaar als volgt geformuleerd:

PReT zet Alphen aan den Rijn toeristisch-recreatief op de kaart

Alphen aan den Rijn is het middelpunt van het Groene Hart, waar groen en cultuurhistorie samenkomen in een oer-Hollands polderlandschap. We bieden een unieke beleving voor onze inwoners, recreanten, (internationale) toeristen en zakelijke bezoekers.

Met onze iconen Archeon, Boskoop, Bentwoud, Avifauna én onze andere troeven, maken we Alphen aan den Rijn aantrekkelijker en zichtbaarder. Wandelen, fietsen en varen versterkt die beleving en verbindt onze iconen en ondernemers.

Ons doel? Meer bezoekers die langer verblijven in onze gemeente. Zo groeien we van 'best bewaarde geheim' naar een toonaangevende bestemming als gastvrije kern van het Groene Hart!

Doelstellingen[1)]

Bovenstaande ambitie is een abstracter toekomstbeeld waar we naartoe werken. Om deze ambitie te concretiseren zijn onderstaand enkele doelstellingen opgenomen die we in 2031 behaald willen hebben.

- Omzet in de toeristische sector in Alphen aan den Rijn groeit in de komende vijf jaar met 40% ten opzichte van 2025, onder andere door meer bezoekers en een langere verblijfsduur.
- Door het versterken van verbindingen en positionering ontvangen we 30% meer bezoekers in de gemeente Alphen aan den Rijn in 2031 dan in 2025.
- De gemiddelde verblijfsduur in dagen groeit met 25% in de komende vijf jaar.
- Het aantal toeristische overnachtingen in de gemeente Alphen aan den Rijn groeit met 30%.

1. Deze doelstellingen zijn inschattingen, gebaseerd op de prognose 2035 van NBTC voor provincie Zuid-Holland. De precieze doelstellingen vereisen nog verder onderzoek.

2.2 TOELICHTING AMBITIE

- Alphen aan den Rijn wordt door PReT geprofileerd als het middelpunt van het Groene Hart. Het Groene Hart is een regio die toeristisch breed bekend is en daardoor aantrekkingskracht heeft voor bezoekers van buitenaf. Alphen aan den Rijn wordt in de komende jaren de gastvrije kern in deze regio die bezoekers gezien moeten hebben.
- Onze gemeente kent een bijzonder landschap. Het heeft een omvangrijk groen buitengebied, met veel mogelijkheden voor recreatie. Daarnaast is er veel cultuurhistorie dat beleeft kan worden, zoals het Romeinse verleden en de sierteelt in Boskoop. We verbinden deze factoren met de (ABBA) iconen Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna én met de andere toeristisch-recreatieve ondernemers. Om een veelzijdige, aantrekkelijke beleving te creëren voor bezoekers.
- Deze 'bezoekers' zijn een brede doelgroep. We focussen ons vanuit PReT op de gehele bezoekerseconomie: inwoners van Alphen aan den Rijn, (internationale) toeristen, recreanten én zakelijke bezoekers. Ook de eigen Alphense inwoners recreëren in de gemeente, als zij een wandeling maken in het buitengebied of de tuinen van Boskoop bezoeken. Hetzelfde geldt voor de regionale inwoners, uit de buurtgemeenten of de Randstad. Dit zijn de recreanten die een dagje Alphen aan den Rijn bezoeken. Maar daarnaast willen we ook een groei in overnachtingen behalen te komende jaren. We focussen ons op toeristen, die één of meerdere nachten verblijven in de gemeente. Hierbij leggen we bewust (ook) een focus op de internationale toerist die één van de grote steden in de regio bezoekt. En tot slot vallen de zakelijke bezoekers ook in onze doelgroep. Door onze ligging zijn we een aantrekkelijke gemeente om te overnachten tijdens een zakelijk bezoek aan de Randstad.
- Ons meest concrete doel is om meer bezoekers aan te trekken naar gemeente Alphen aan den Rijn, die ook langer verblijven. Omdat we hier een grote focus op leggen de komende vijf jaar, hebben we dit – naast de doelstellingen – opgenomen in de ambitie.
- Door de komende vijf jaar hard te werken aan deze ambitie, zorgen we ervoor dat we niet meer het best bewaarde geheim van de Randstad zijn, maar uitgroeien tot een toonaangevende bestemming als gastvrije kern van het Groene Hart. Want dat is uiteindelijk wat we willen: dat meer toeristen en recreanten onze mooie gemeente als toeristische bestemming ontdekken.

2.3 DE TOEKOMSTVISIE COMMUNICEREN

Onze volledige PReT ambitie is rijk aan inhoud en daardoor relatief lang. Dit is bedoeld als kader voor interne stakeholders. Denk hierbij aan de communicatie met de gemeente Alphen aan den Rijn, maar ook de PReT-deelnemers en het bestuur. We gebruiken deze visie voor beleidsvorming, samenwerking en uitvoering binnen het platform.

Voor externe communicatie is echter een beknopte en meer toegankelijkere ambitie nodig. De verkorte versie van de ambitie is ontwikkeld om duidelijk te communiceren naar inwoners, potentiële deelnemers en ondernemers. Mogelijk worden ook toeristen, recreanten en zakelijke bezoekers hierdoor aangetrokken. Deze beknopte ambitie wordt gebruikt op de website van PReT, in brochures en bij presentaties. Hier hangt ten alle tijden de volledig ambitie achter, aangezien we hier intern binnen het platform naartoe werken, samen met onze deelnemers en stakeholders. Kortom: de beknopte ambitie is geformuleerd om voor een breed publiek begrijpelijk en inspirerend te werken, zonder de diepgang van de reguliere ambitie uit het oog te verliezen.

De beknopte ambitie voor externe communicatie is als volgt:

PReT laat Alphen aan den Rijn uitgroeien tot hét toeristisch-recreatief middelpunt van het Groene Hart. We versterken de verbinding tussen de iconen Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna en andere locaties. Zo ontstaat voor onze inwoners, recreanten, (internationale) toeristen, en zakelijke bezoekers een aantrekkelijke beleving in ons groene, cultuurhistorisch landschap.

3 Actielijnen

3.1 VIER PRET-ACTIELIJNEN

Om de ambitie te concretiseren richten we ons op de uitvoering van vier actielijnen. Deze actielijnen richten zich enerzijds op de ontwikkeling van het aanbod, anderzijds op samenwerking en verbinding, maar ook positionering en het gebruik van het buitengebied komen aan bod. Hierin bestaat enkele overlap, maar zijn in vier lijnen geformuleerd om focus aan te brengen. Onze vier actielijnen zijn als volgt:

1. **Sterk toeristisch aanbod**
   Sterk toeristisch aanbod, waaronder de ABBA-iconen[2)], dat we realiseren met (door)ontwikkeling van nieuwe en bestaande producten die passen bij het verhaal van gemeente Alphen aan den Rijn.

2. **Krachtige samenwerking en verbinding**
   Krachtige samenwerking en verbinding; met het Groene Hart, buurgemeenten, omliggende steden in de Randstad, ABBA-iconen onderling en met andere ondernemers en vrijwilligers.

3. **Positionering als toeristische bestemming**
   Positionering als toeristisch-recreatieve bestemming in het Groene Hart: centrale ligging tussen de grote steden, groen en water, verhalen over het Romeinse verleden.

4. **Buitengebied**
   Uitstekend recreatief gebruik van het buitengebied.

2. De benaming ‘ABBA-iconen’ is een afkorting voor de recreatieve locaties Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna.

3.2 STERK TOERISTISCH AANBOD

Sterk toeristisch aanbod, waaronder de ABBA-iconen, dat we realiseren met (door)ontwikkeling van nieuwe en bestaande producten die passen bij het verhaal van gemeente Alphen aan den Rijn.

Met deze eerste actielijn zetten we vol in op het versterken van het toeristisch-recreatief aanbod in onze gemeente. We beschikken al over mooie trekpleisters, zoals Archeon, Avifauna, de tuinen van Boskoop en de aantrekkelijke wandel- en fietsroutes in het buitengebied. De komende vijf jaar bouwen we hier met enthousiasme op voort, met als doel een onderscheidend en aantrekkelijk toeristisch profiel voor onze gemeente te creëren. We beseffen dat een samenhangende aanpak om tot goede bestemmingsontwikkeling te komen een vereiste is. Hierin zullen we de principes van de Leidraad Bestemmingsmanagement van NBTC volgen[3].

We kiezen voor een dubbele aanpak. Enerzijds geven we bestaand aanbod een krachtige impuls. Dit bevat het verbeteren van fietsroutes om hét Fietshart van Holland te worden, het verfijnen van wandelroutes en het verder verbeteren van de (ov) bereikbaarheid van onze gemeente. Ook het vergroten van de zichtbaarheid en kwaliteit van onze iconen en de impact die zij hebben op de rest van de ondernemers komt hier aan bod. Anderzijds zetten we in op de ontwikkeling van nieuwe producten die perfect aansluiten bij de wensen van onze doelgroep. Op dit moment blijven toeristen vaak slechts kort in de gemeente Alphen aan den Rijn. Een belangrijke oorzaak is het beperkte dagrecreatieve aanbod, waardoor een weekendverblijf minder aantrekkelijk is. Dit leidt tot een lage vraag naar en daardoor beperkt aanbod in overnachtingsmogelijkheden. Door zowel het dagaanbod als de verblijfsmogelijkheden uit te breiden, maken we een meerdaags verblijf in onze gemeente aantrekkelijk. We zien grote kansen voor bijzonder verblijf in het groen van onze gemeente. Uiteraard stemmen we deze en andere ontwikkelingen, zorgvuldig af op de marktvraag en bestaand aanbod.

Doorontwikkeling van onze iconen

Onze vier iconen, Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna vormen samen de pijlers onder het toeristisch-recreatief aanbod van Alphen aan den Rijn. Hun aantrekkingskracht bepaalt in belangrijke mate het imago en de zichtbaarheid van onze gemeente als bestemming.

De verantwoordelijkheid voor de doorontwikkeling van deze iconen ligt in de basis bij de iconen zelf. Zij bepalen hun eigen koers, ambities en investeringsagenda. PReT vervult hierin een aanvullende rol, waarbij de sturingsmogelijkheden verschillen per icoon (bedrijf vs. gebied).
Over het algemeen ondersteunen we de iconen als volgt:

- Aanjager: het signaleren van kansen voor gezamenlijke initiatieven, arrangementen of productontwikkeling;
- Verbinder: het afstemmen van ambities en het leggen van verbindingen tussen de iconen, ondernemers, gemeente en regio;
- Belangenbehartiger: het uitdragen van gezamenlijke belangen richting gemeente, regio en provincie;
- Ondersteuner: het bieden van praktische ondersteuning, kennisdeling en zichtbaarheid in de promotie van Alphen als bestemming.

Door de ambities van de iconen en die van PReT op elkaar af te stemmen, versterken we elkaar. Zo groeit het totaalbeeld van Alphen aan den Rijn uit boven de som der delen en ontstaat er een toeristisch aanbod dat aantrekkelijk is voor inwoners, recreanten, toeristen en zakelijke bezoekers.

3. Voor een toelichting van de Leidraad verwijzen we graag door naar de website van NBTC: Leidraad Bestemmingsmanagement - NBTC.

Sterk toeristisch aanbod, waaronder de ABBA-iconen, dat we realiseren met (door)ontwikkeling van nieuwe en bestaande producten die passen bij het verhaal van gemeente Alphen aan den Rijn.

Een aandachtspunt rondom deze actielijn is dat we niet enkel méér aanbod creëren. We willen dat dit aansluit bij het verhaal van de gemeente Alphen aan den Rijn. Maar wat is dat verhaal? Onze gemeente heeft meerdere kwaliteiten en een boeiende geschiedenis. Hierbij beseffen we dat 'wie niet kiest, niet wordt gekozen'. Dit betekent dat een keuze moet worden gemaakt in wat het uitgangspunt van ons verhaal gaat worden. We gaan samen met Alphen Marketing en gemeente Alphen aan den Rijn, op korte termijn aan de slag om ons verhaal te concretiseren en uit te werken. Zodat we dit sterk uit kunnen dragen naar onze inwoners, bezoekers en toeristen.

Om te meten in hoeverre de ontwikkeling van ons toeristisch recreatief aanbod invloed heeft op de bezoekersaantallen en omzet, voeren we een 0-meting uit. Op basis hiervan kan de ontwikkeling de komende jaren worden gemonitord. Deze informatie halen we in eerste instantie kwalitatief op bij onze iconen en andere aanbieders.

Concrete acties verbonden aan deze actielijn zijn als volgt:

- Focus op de *customer journey* door verbetering van de (ov) bereikbaarheid van onze gemeente aan te jagen;
- Fiets-, wandel- en vaarroutes door de gemeente en langs streekproductaanbieders verbeteren en waar nodig ontwikkelen;
- Verder werken aan de doelstellingen rondom het Fietshart van Holland;
- Belevingsproducten rondom het Romeinse verleden;
- Kwaliteitsverbetering van het bestaande aanbod, zowel de iconen als de kleinere ondernemers;
- Een 0-meting ten behoeve van monitoring toerisme en recreatie;
- Groeidoelstellingen opstellen voor de iconen en de gehele sector;
- Ontwikkeling cultureel aanbod stimuleren, zoals een theater of concert;
- Groei en diversiteit in verblijfsmogelijkheden;
- In de komende 6-8 weken hét verhaal van Alphen bepalen.

3.3 KRACHTIGE SAMENWERKING EN VERBINDING

Krachtige samenwerking en verbinding; met het Groene Hart, buurgemeenten, omliggende steden in de Randstad, ABBA-iconen onderling en met andere ondernemers en vrijwilligers.

Als PReT-organisatie vervullen we een verbindende rol die het toeristisch-recreatief aanbod in Alphen aan den Rijn naar een hoger niveau tilt. Met deze tweede actielijn zetten we in op krachtige samenwerking en betekenisvolle verbindingen. We bundelen onze krachten met buurgemeenten in het Groene Hart, zodat we gezamenlijk een aantrekkelijk recreatief aanbod kunnen realiseren. Regionale samenwerking versterkt niet alleen onze zichtbaarheid, maar ook onze slagkracht.

Binnen onze gemeente brengen we ondernemers met elkaar in contact en stimuleren we samenwerking. PReT faciliteert deze verbinding samen met Vereniging Ondernemingen Alphen aan den Rijn (VOA) en Economic Development Board Alphen aan den Rijn (EDBA). De ABBA-iconen Archeon, Boskoop, Bentwoud en Avifauna vormen de krachtige spelers die bezoekers aantrekken. We verbinden deze iconen onderling én met andere (kleinere) ondernemers, ook in Alphen centrum, de kleine kernen en Park Zegersloot. Zo ontstaat een gevarieerder aanbod en een langere beleving die meer impact heeft. Ook vrijwilligersorganisaties vormen een onmisbare schakel in het recreatieve netwerk. Gezien het landelijke tekort aan vrijwilligers, zullen we toegroeien naar een nieuwe vorm van samenwerken. We stellen vrijwilligersbeleid op, allereerst gebaseerd op de ervaring van de iconen met vrijwilligers. En tot slot leggen we de verbinding tussen sectoren. In ons sterke buitengebied leggen we de verbinding met de agrarische sector ter ontwikkeling van agrotoerisme. We verbinden bijvoorbeeld streekproductaanbieders door fietsroutes (Smakelijk Fietsen). Gezamenlijk creëren we een levendig ecosysteem waarin iedereen meeprofiteert.

Waarom deze verbinding zo belangrijk is? Omdat het leidt tot inspiratie, samenwerking en groei. Ondernemers die elkaar kennen, verwijzen bezoekers door en versterken elkaars aanbod. Dit zorgt niet alleen voor een optimale beleving voor de bezoeker, maar ook voor een hogere economische opbrengst. Door samen te werken aan bijvoorbeeld arrangementen, benutten we wat er al is en zetten we bewust in op variatie. Bovendien groeit het gevoel van trots en waardering voor wat we in gemeente Alphen aan den Rijn te bieden hebben.

PReT stimuleert deze samenwerking actief. We organiseren bijeenkomsten die het netwerk van deelnemers en vrijwilligers versterken en verbinden rond relevante thema's. Daarnaast denken we mee over arrangementen en promotie, in nauwe samenwerking met Alphen Marketing. We stellen binnen onze PReT-organisatie een projectaanjager aan die verschillende ondernemers en belanghebbenden rond projecten en activiteiten actief verbindt.

Concrete acties verbonden aan deze actielijn zijn als volgt:

- Een projectaanjager aanstellen binnen PReT die actief verbindt;
- Arrangementen aanjagen tussen deelnemers en de regio;
- Combinatiebezoek stimuleren met de grote steden in de Randstad;
- Door arrangementen en doorverwijzingen de verbinding leggen met het Groene Hart;
- Het ontwikkelen van onderscheidende producten, zoals streekproductroutes, die voortkomen uit samenwerking;
- Vrijwilligersbeleid opstellen.

3.4 POSITIONERING ALS TOERISTISCHE BESTEMMING

Positionering als toeristisch-recreatieve bestemming in het Groene Hart: centrale ligging tussen de grote steden, groen en water, verhalen over het Romeinse verleden.

Met deze actielijn zetten we in op de positionering van gemeente Alphen aan den Rijn als een aantrekkelijke toeristisch-recreatieve bestemming in het Groene Hart. Want hoewel we beschikken over bekende trekpleisters zoals Archeon en Avifauna, wordt onze gemeente nog te weinig gezien als een volwaardige toeristische bestemming. Dat imago willen we veranderen, want daar liggen enorme kansen.

Alphen aan den Rijn ligt centraal tussen grote steden als Amsterdam, Rotterdam, Leiden, Den Haag en Utrecht. Die unieke, centrale ligging maakt ons de ideale uitvalsbasis voor een meerdaags verblijf in de regio. Voeg daar het groene karakter van onze gemeente aan toe en je hebt een bestemming die rust, ruimte en recreatie biedt. Fietsen, wandelen en varen zijn hier niet alleen mogelijk, maar vormen een beleving op zich. Niet voor niets noemen we onszelf het Fietshart van Holland. Daarnaast vertellen we een verhaal dat verder gaat. Het Romeinse verleden van Alphen aan den Rijn is rijk en vormt een belangrijk onderdeel van onze identiteit. Maar ook de sierteelt in Boskoop en het oudste vogelpark te wereld Avifauna zijn onderdeel van onze geschiedenis. Door dit verhaal te verweven in ons toeristisch aanbod, creëren we een bestemming met karakter en betekenis dat bekend zal worden onder toeristen.

Om deze positionering kracht bij te zetten, communiceren we actief wat er te beleven valt in gemeente Alphen aan den Rijn. Niet alleen de bekende iconen, maar ook verbindende producten zoals Smakelijk Varen en Smakelijk Fietsen. Ook het aanbod dat voortkomt uit de eerste actielijn – nieuwe en doorontwikkelde producten – wordt goed zichtbaar gemaakt. Dit doen we niet vanuit de naam van de PReT-organisatie. Naast de promotie van Alphen Marketing worden de ondernemers de ambassadeurs van de regio. Zij kunnen met trots en enthousiasme het verhaal van Alphen aan den Rijn uitdragen, uiteraard met ondersteuning van PReT. Hoe beter bezoekers weten wat ze kunnen ondernemen in ons gebied, hoe langer ze blijven en hoe vaker ze terugkomen.

Concrete acties verbonden aan deze actielijn zijn als volgt:

- Gebiedsbranding voor Alphen ontwikkelen, gebaseerd op het nog te ontwikkelen verhaal van de regio. Met als doel Alphen toeristisch en recreatief op de kaart te zetten en de aantrekkelijkheid van het gebied te versterken;
- Alphen aan den Rijn positioneren als hét Fietshart van Holland;
- Arrangementen promoten;
- Campagne rondom de mooiste plek in gemeente Alphen aan den Rijn middels een online verkiezing ‘Mijn Alphen’, ‘Mijn Boskoop’, etc.;
- Themajaren, zoals het waterjaar, Romeinenjaar;
- Icoonroutes, waarbij iconen worden verbonden met de rest van de gemeente;
- Doorverwijzingen naar de gemeente vanaf en naar de website van het Groene Hart, maar ook bijvoorbeeld de Hollandse Plassen.

3.5 BUITENGEBIED

Uitstekend recreatief gebruik van het buitengebied.

Het buitengebied van gemeente Alphen aan den Rijn is een veelzijdig landschap van water en groen en een plek waar natuur en recreatie elkaar versterken. Met deze actielijn zetten we in op het optimaal benutten en beleven van het groen in het buitengebied en haar natuurhistorie, zodat het een bron van ontspanning, gezondheid en beleving wordt voor zowel inwoners als bezoekers.

Voor inwoners draagt het buitengebied bij aan een hogere leefbaarheid. Het biedt ruimte om te bewegen, te ontspannen en tot rust te komen. Wandelen en fietsen in het groen is niet alleen plezierig, maar ook een vorm van gezondheidsbevordering en -preventie. Concreet creëren we een fietsvriendelijke gemeente en bevorderen fietsgebruik als een duurzaam, gezond, efficiënt en veilig vervoersmiddel. Zo worden we het Fietshart van Holland.

Voor toeristen en recreanten is het buitengebied een mooi landschap voor actieve dagactiviteiten én beleven van de verhalen. Om dit potentieel tot realisatie te brengen, zorgen we ervoor dat het voorzieningenniveau in het buitengebied op orde is. Denk aan duidelijke informatievoorziening, goede infrastructuur, aantrekkelijke rustpunten en kleinschalige horeca. We ontwikkelen de natuur om het geschikt te maken voor recreatie, waar mogelijk in samenwerking met de iconen. We maken van het buitengebied een plek waar verhalen tot leven komen. Door belevingen rondom het Romeinse verleden en lokale streekproducten te integreren in routes en activiteiten, geven we het landschap karakter en diepgang.

Verder zien we kansen voor waterrecreatie. Dit is in heel Nederland een groeiende markt en een populaire manier van vrijetijdsbesteding. We gebruiken het water in onze gemeente momenteel nog te weinig. Door hier actief op in te zetten, onder meer door voorzieningen zoals de verhuur van boten op te zetten, trekken we een nieuwe doelgroep aan. We richten ons daarbij niet alleen op toeristen van buitenaf, maar juist ook op recreanten uit de directe omgeving. Zij vormen een belangrijke doelgroep die het buitengebied regelmatig gebruikt en waardeert. Door hen actief te informeren en inspireren, vergroten we het gebruik en de betrokkenheid.

Kortom, het buitengebied wordt een plek waar je niet alleen kunt bewegen, maar ook kunt beleven. Een plek die uitnodigt tot ontspanning en verbinding en daarmee een onmisbare schakel vormt in het toeristisch-recreatief aanbod van gemeente Alphen aan den Rijn.

Concrete acties verbonden aan deze actielijn zijn als volgt:

- Faciliteiten voor waterrecreatie organiseren, zoals verhuur van boten;
- Startplaats voor wandelen, fietsen en varen creëren. Bijvoorbeeld de route vanaf de parkeerplaats en het treinstation;
- De Aar doortrekken naar de Zegerplassen om het waterrijke gebied te vergroten;
- Natuurontwikkeling in het buitengebied ter behoeve van recreatie;
- Beter benutten van Bentwoud door wandel-, fiets-, vaar- en kinder-beleefroutes.

4 Uitvoering

4.1 ORGANISATIE

Ambities voor onze organisatie

- We hebben als Platform Recreatie en Toerisme een viertal rollen. We zijn aanjager, verbinder, belangenbehartiger en ondersteuner. We verbinden ondernemers met elkaar en met de regio en jagen samenwerking aan. Verder ondersteunt PReT bij productontwikkeling en belangenbehartiging, dit laatste in samenwerking met de Vereniging Ondernemingen Alphen aan den Rijn (VOA).
- We hebben dus geen uitvoerende rol. Toch liggen er uitvoerende taken bij PReT om onze ambitie goed uit te kunnen voeren. Het is daarom een vereiste dat er met deze nieuwe toekomstvisie uitvoeringscapaciteit aan de PReT organisatie wordt toegevoegd.
- We zetten de intensieve samenwerking met de gemeente Alphen aan den Rijn en marketingorganisatie Alphen Marketing voort. De gemeentelijke visie op toerisme zal, wanneer deze ontwikkeld is, een extra kader bieden voor de activiteiten van PReT.
- De samenwerking met PReT wordt op dit moment door 53% van de deelnemers als (ontzettend) goed ervaren. Al een mooi aantal, maar dit willen we verhogen. Concreet betekent dit o.a. dat we bouwen aan de samenwerking met de vrijwilligersorganisaties in onze gemeente. Aangezien ook zij een belangrijk onderdeel vormen van onze toeristisch-recreatieve sector.

Beschikbare middelen

Momenteel hebben we € 138.000,- beschikbaar aan inkomsten. Dit komt onder andere uit een afdracht van de toeristenbelasting, bijdragen van deelnemers en een bijdrage van de gemeente voor het programma Fietshart van Holland. Deze middelen zijn (grotendeels) beschikbaar voor de uitvoering van de acties die bij de actielijnen horen. Op de volgende pagina's zijn deze acties in een uitvoeringsplan toegelicht met prioritering, het termijn en de benodigde middelen en uren.
Om bepaalde acties in onze toekomstvisie uit te voeren zullen we in samenspraak met onze partners de mogelijkheden onderzoeken voor het aantrekken van subsidies. Het is van belang dat we de subsidiekansen blijven benutten, om gemeente Alphen aan den Rijn toeristisch – recreatief een stukje mooier te maken.

4.2 UITVOERINGSPLAN

Actielijn	Actie	Initiator	Prioritering	Termijn	Middelen/uren vanuit PReT[4)]
Sterk toeristisch aanbod	Focus op de *customer journey* door verbetering van de (ov) bereikbaarheid van onze gemeente aan te jagen	PReT, gemeente	Hoog	2026-2027	€€
	Verder werken aan de doelstellingen rondom het Fietshart van Holland	PReT, Alphen Marketing	Hoog	2026 – 2031	€€
	Kwaliteitsverbetering van het bestaande aanbod, zowel de iconen als de kleinere ondernemers	Ondernemers	Hoog	2026 – 2031	€€€
	Groei en diversiteit in verblijfsmogelijkheden	Ondernemers	Hoog	2026 – 2028	€€
	In de komende 6-8 weken hét verhaal van Alphen aan den Rijn bepalen	PReT, Alphen Marketing	Hoog	2025	€
	Een 0-meting ten behoeve van monitoring toerisme en recreatie	PReT, ondernemers	Hoog	2026	€
	Groeidoelstellingen opstellen voor de vier iconen en de totale sector	PReT	Hoog	2026	€
	Belevingsproducten rondom het Romeins verleden.	PReT	Middel	2026 – 2031	€€
	Fiets-, wandel- en vaarroutes door de gemeente en langs streekproductaanbieders verbeteren en waar nodig ontwikkelen	PReT	Middel	2026 – 2031	€€
	Ontwikkeling cultureel aanbod stimuleren, zoals een theater of concert	Platform KHABBAZ	Laag	2028	€

4. De eurotekens staan voor de inzet vanuit PReT in uren en middelen. Eén euroteken staat voor een lage inzet, drie euro-tekens voor een hoge inzet, in uren en/of middelen.

Actielijn	Actie	Initiator	Prioritering	Termijn	Middelen/uren vanuit PReT[4)]
Krachtige samenwerking en verbinding	Een projectaanjager aanstellen binnen PReT die actief verbindt	PReT	Hoog	2026	€€€
	Arrangementen aanjagen tussen deelnemers en de regio	PReT	Hoog	2026 – 2027	€€€
	Het ontwikkelen van onderscheidende producten die voortkomen uit samenwerking	Ondernemers	Hoog	2026 – 2028	€€€
	Door arrangementen en doorverwijzingen de verbinding leggen met het Groene Hart	Gemeente	Middel	2026 – 2028	€€
	Vrijwilligersbeleid opstellen	PReT	Middel	2026-2027	€
	Combinatiebezoek stimuleren met de grote steden	PReT, Groene Hart	Laag	2026 – 2031	€€
Positionering als toeristische bestemming	Gebiedsbranding voor Alphen ontwikkelen, gebaseerd op het nog te ontwikkelen verhaal van de regio	PReT, Alphen Marketing	Hoog	2026	€€
	Arrangementen promoten	PReT, Alphen Marketing, ondernemers	Hoog	2026 – 2028	€€
	Campagne rondom de mooiste plek in gemeente Alphen aan den Rijn middels een online verkiezing ‘Mijn Alphen…’, ‘Mijn Boskoop’, etc.	Alphen Marketing	Middel	2027 – 2031	€
	Themajaren, zoals het waterjaar, Romeinenjaar, etc.	Alphen Marketing	Middel	2027 – 2031	€€
	Icoonroutes, waarbij iconen worden verbonden met de rest van de gemeente	PReT	Middel	2027 – 2031	€€€
	Doorverwijzingen naar de gemeente vanaf en naar de website van het Groene Hart, maar ook bijvoorbeeld de Hollandse Plassen	Alphen Marketing	Laag	2026	€

Actielijn	Actie	Initiator	Prioritering	Termijn	Middelen/uren vanuit PReT
Buitengebied	Faciliteiten voor waterrecreatie organiseren, zoals verhuur van boten	PReT, ondernemers	Hoog	2026 – 2028	€€
	Startplaats voor wandelen, fietsen en varen creëren. Bijvoorbeeld de route vanaf de parkeerplaats en het treinstation	Gemeente, PReT	Middel	2027 – 2031	€€
	Natuurontwikkeling in het buitengebied ter behoeve van recreatie	Gemeente, PReT	Middel	2027-2031	€
	Beter benutten van Bentwoud door wandel-, fiets-, vaar- en kinder- beleefroutes	PReT	Middel	2028 – 2031	€
	De Aar doortrekken naar de Zegerplassen om het waterrijke gebied te vergroten	Gemeente	Laag	2028 – 2031	€

5 Perspectief

5.1 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN RECREATIESECTOR

Groeiende belangstelling voor cultuurhistorie en de beleving daarvan

Bezoekers zoeken betekenisvolle ervaringen rondom erfgoed, verhalen en lokale geschiedenis. Voorbeelden hiervan zijn beleefroutes, maar ook digitalisering die het verleden tastbaar maakt. Museumpark Archeon vertelt op een interactieve manier het verhaal van de Romeinen.

Agrotoerisme en de landbouwtransitie

Agrotoerisme verbindt toerisme met duurzame landbouw door bezoekers actief te betrekken bij het boerenleven. Denk hierbij aan Slapen bij de Boer of het aanbieden van streekproducten in boerderijwinkels. PReT verbindt dit met recreatie door Smakelijk Fietsen.

Vakanties worden meer verspreid door het jaar

Steeds meer Nederlanders verspreiden hun vakanties over het jaar, met extra weekjes of weekendjes weg in bijvoorbeeld de herfst. Zij kiezen daarbij vaker voor bestemmingen in eigen land. De gemeente Alphen aan den Rijn kan hier in haar aanbod op inspelen.

Binnenlands toerisme

Volgens het NBTC kiezen Nederlanders steeds vaker voor vakanties in eigen land, mede door veranderend reisgedrag na corona en een groeiende waardering voor nabijheid, rust en natuur. In Alphen aan den Rijn komt landschap en bereikbaarheid goed samen en is daardoor een perfecte bestemming voor binnenlands bezoek.

Veranderende recreatie door vergrijzing

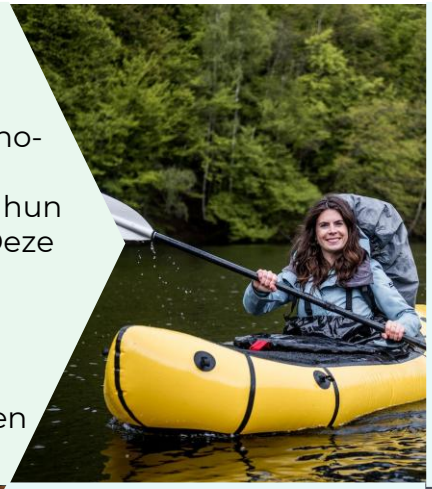
De vergrijzing neemt in Nederland, maar ook in veel andere Europese landen, toe. Ook de koopkracht van ouderen stijgt, waardoor zij meer en met een hoger budget recreëren. En doordat ouderen vitaler worden, zullen er op termijn meer vakanties worden geboekt door deze doelgroep.

Recreëren voor iedereen; belang van inclusie

Iedereen moet kunnen recreëren en op pad kunnen in zijn/haar vrije tijd. Het gaat hier over fysieke toegankelijkheid, zoals brede geasfalteerde paden, auditieve en visuele toegankelijkheid maar ook financiële toegankelijkheid voor bezoekers met een kleinere portemonnee.

Nieuwe vormen van waterrecreatie

Nieuwe vormen van water-recreatie zoals packraften, kano-beleving en fluisterbootvaren winnen aan populariteit door hun rustige, duurzame karakter. Deze sporten combineren natuurbeleving met rust en avontuur. PReT kan hierop inspelen door in haar productontwikkeling te richten op verhuurvoorzieningen.



Duurzaamheid en circulariteit staan hoog aan het vaandel

De reiziger wil graag duurzamer reizen, maar ook zijn vakantie niet aan zich voorbij laten gaan. Dus worden treinreizen, maar ook vakanties met de elektrische auto populair. Deels hierdoor winnen vakanties dichter bij huis terrein.

Groeiende campermarkt

De groeiende populariteit van campers biedt kansen voor toerisme in Alphen. Campertoeristen hebben niet veel voorzieningen nodig maar besteden toch voldoende in de gemeente. Door te investeren in camperplaatsen kan het platform met haar deelnemers inspelen op deze groeiende markt.

Meer-generatie vakanties populair

Steeds vaker zien we meerdere generaties met elkaar reizen. Soms om een speciale gelegenheid te vieren, maar steeds vaker ook gewoon voor de gezelligheid en de saamhorigheid. En de ouders kunnen samen een avondje uit, terwijl opa en oma op de kleinkinderen passen.

Marges onder druk

Loonkosten en energiekosten stijgen, waardoor marges al onder druk kwamen te staan. Nu komt daar bij dat het btw-tarief op logies van 9% naar 21% stijgt. Daarom differentiëren ondernemers in Alphen in de markt om hun bezetting te kunnen behouden. Het heeft fors effect op de toeristische overnachtingen.

Toename populariteit waterrecreatie

Zo'n 4,6 miljoen (volwassen) Nederlanders hebben in 2024 één of meerdere watersporten ondernomen. Waterrecreatie is sinds corona aan het groeien. Zo'n 1,5 miljoen huishoudens is ook in het bezit van één of meerdere watersportgoederen. Vooral sloepen en sup boards zijn hierin populair. Maar ook de verhuur van bootjes is toegenomen.

5.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN CONTEXT

De komende jaren ligt de sleutel voor PReT in het maken van duidelijke keuzes en het benutten van de kansen en ontwikkelingen die zojuist zijn beschreven. Daarbij staan drie pijlers centraal:

1. **Internationale doorbraak**
   Naast de sterke binnenlandse markt groeit het aantal buitenlandse toeristen dat rust en authenticiteit zoekt buiten de drukte van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. Alphen aan den Rijn kan zich onderscheiden als het groene, cultuurhistorische alternatief dichtbij de hoofdstad. We verzilveren dit, in samenwerking met Alphen Marketing, met meertalige marketing, arrangementen die iconen en landschap combineren en samenwerking met touroperators.

2. **Een uniek en herkenbaar verhaal**
   Veel regio's zetten in op erfgoed en duurzaamheid, maar Alphen heeft een onderscheidende mix: Romeins erfgoed, de sierteelt van Boskoop, het oudste vogelpark ter wereld en het groene buitengebied van Bentwoud. Door deze pijlers te verbinden tot één krachtig verhaal wordt Alphen niet alleen aantrekkelijker, maar ook herkenbaar en memorabel voor bezoekers.

3. **Ondersteuning van ondernemers onder druk**
   De verhoging van het btw-tarief op logies naar 21% zet marges voor ondernemers verder onder druk. Juist hier maken we het verschil door schaalvoordeel te creëren. Denk aan gezamenlijke promotie, bundeling van boekingssystemen en collectieve arrangementen. Zo worden kosten gedeeld en opbrengsten vergroot.

Door in te zetten op deze drie pijlers maakt PReT van Alphen aan den Rijn een toeristische bestemming. Niet alleen als 'best bewaarde geheim' van de Randstad, maar als het groene en gastvrije alternatief dat de internationale én binnenlandse bezoeker weet te vinden.

5.3 KADERS VOOR DE HERIJKING
VANUIT HET PLATFORM TOERISME EN RECREATIE

Toekomstvisie & actieagenda PReT 2020 – 2025

Ambitie: Alphen aan den Rijn: Hét verbindend knooppunt van Het Groene Hart. Door iconen Archeon, Avifauna en Boskoop en alle kleinere beleef- en bezienswaardigheden nog nadrukkelijker op de kaart te zetten en de verbinding ertussen en met concrete projecten versterken. Gecombineerd met natuurontwikkeling en biodiversiteit de regio laten uitgroeien tot een belangrijke en authentieke cultuurhistorische bestemming.

- Alphen aan den Rijn en de publiektrekkers doorontwikkelen, met meer zelfbewustzijn zichtbaarder maken en betere laten samenwerken aan een effectief programma aan kansrijke projecten.
- PReT de middelen organiseren die nodig zijn voor een effectieve uitvoering

Actielijnen

1. Schaalsprong iconen
2. Alphen aan den Rijn, wereldstad aan de Limes
3. Bereikbare bestemmingen
4. Verbeterd verblijf
5. Alphen aan den Rijn op de kaart
6. Tuin van het Groene Hart

PReT als platform voor het bedrijfsleven vormgeven aan deze ambities en met de ondersteuning van concrete projecten de ambitie opvoeren en de uitvoering de komende jaren versnellen.

PReT Nieuwjaarsbijeenkomst

Pijlers: Archeon, Bentwoud, Boskoop, Avifauna.
Doel is omzet van € 42 miljoen, 1 miljoen bezoekers en 3.720 ha aan natuur/recreatie/vaarwegen.

Successen

- Meer dan 20 wandel-, fiets- en vaarroutes
- Uniek ‘Geld(t) voor Groen’ project voor deelnemers – 7 projecten gerealiseerd
- Inspirerende workshops voor deelnemers – arrangementen, boekingssysteem Leisure King
- Convenanten met gemeente en greenport
- Limes beleefbaar en bezoekbaar

Arrangementen: erfgoedtour, Geheim van de Acer, Excursie beleef 2.000 jaar Albaniana
Campagnes rond Fietshart van Holland

Plannen voor 2025

- Archeon Midzomerfeest, 25 jaar jubileum Bentwoud, 75 jaar jubileum Avifauna, Tuinen van Boskoop
- LeisureKing uitrollen en 5 nieuwe boekbare arrangementen
- Workshops: streekproducten, storytelling, LeisureKing Limes, Biodiversiteit
- 2e ronde *Geld(t) voor groen*
- Fietsroutes naar de steden, actualiseren bestaande routes, wandelroutes Boskoop
- Limes: Romeinenweekend, Museum Hazerswoude-Dorp
- Fietsconferentie, Laura 2.0

Beleidsvergadering PReT januari 2023

Acties

- Huidige manier van samenwerking met de VVV’s Boskoop en Alphen herzien en plan voor Pop-Up store voor promotie recreatie en toerisme.
- Kansrijkheid van acties vooraf met elkaar doornemen.
- Focus op hip(per) aanbod.

5.4 KADERS VOOR DE HERIJKING
VANUIT DE GEMEENTE ALPHEN AAN DEN RIJN

Programma Buitengewoon Waardevol Buitengebied

Bouwstenen programma

- Verbetering landelijk gebied: bodemdaling, biodiversiteit, emissiereductie, klimaatadaptatie
- Voedsel, vezels en groen van Eigen Land: alternatieve teelten, alternatieve bedrijfsvoering, Korte Ketens
- Optimaal gebruik landelijk gebied: duurzame energie, recreatie en toerisme, circulaire economie, mobiliteit
- Nieuwe functies voor Agrarische Bebouwing: Vrijkomende agrarische bebouwing, Tiny Houses, 'Groene' bedrijven
- Ondersteuning inwoners, ondernemers en gebruikers: Loket, bewustwording, (financiële) ondersteuning

Beleving van het landelijk gebied

- Steeds meer gerecreëerd in het gebied middels wandelen, fietsen, sloepvaren, maar ook verblijven, vergaderen en winkelen. Belangrijk is om hier goed om in te spelen door veilige routestructuren en voldoende aanbod.
- Recreatieve nevenactiviteiten bij vrijkomende agrarische grond

Deelgebieden in buitengebied Alphen aan den Rijn

- Hondsdijkse en Lagewaardse polder
- Boom- en sierteeltgebied
- Polder de Noordplas (incl. het Bentwoud)
- Veenweide N11-Zuid
- Kroonjuweel Aarlanderveen
- Oude Rijn – N11 Zone

Omgevingsvisie 1.0 Alphen aan den Rijn: "Groene gemeente met lef!"

Dagtoerisme:

- Bereikbaarheid van recreatieve hotspots (Bentwoud, Avifauna, Archeon, Zegerplas en Greenport Boskoop)
- Ontwikkeling van nieuwe toeristische overstappunten en kleinschalige voorzieningen.
- Belang van cultuurhistorische elementen en het wandel- en fietsroutenetwerk.

(Water)Recreatie en Evenementen:

- Mogelijkheden voor vaarrecreatie op waterwegen zoals de Oude Rijn en de Gouwe.
- Noodzaak van aantrekkelijke routes en locaties om aan te meren.
- Uitbreiding van wandel- en fietsroutes in het Groene Hart.

Landschapsgebonden Toerisme:

- Verbreding van landbouwfuncties als aanvullend verdienmodel.
- Kansen voor toerisme door cultuurhistorische landschapskwaliteiten.
- Vraag naar landelijke vergaderlocaties, boerenwinkels, B&B's en vakantieparken.

Onderzoeksrapport Voedsel van Eigen Land

Toerisme komt als **nevenactiviteit** in alle deelgebieden voor, maar is het meest vertegenwoordigd in Kroonjuweel Aarlanderveen (13%)

Door 44 bedrijven worden **lokale producten** verkocht aan consumenten via automaten, winkels en stalletjes

- Hier wordt het **verhaal van de streek en achter de productie** verteld. Ze delen verhalen, gaan persoonlijke interacties aan en werken samen met andere producenten en creëren zo een waardevolle voedselervaring.
- Dit kan verder bevorderd worden door fietsroutes, picknickbankjes en evenementen rond de lokale voedselproductie en verkooppunten te organiseren, net zoals een streekproducten markt en online initiatieven op te zetten om de verhalen achter de producten te delen.

Kaders vanuit ambtenaren toerisme & recreatie

PReT

- Er moeten keuzes worden gemaakt. Vanuit de gemeente lijkt het logisch om allereerst op de ABBA-iconen te focussen en vanuit daar verder te werken. De kleinere bedrijven groeien dan vanzelf mee.
- Rol van PReT: ontzorger voor ondernemers, verbinder. Zaken zoals duurzaamheid concretiseren voor deelnemers.
- PReT kan groeien in haar verbindende rol: arrangementen, het bij elkaar brengen van ondernemers, behoeften ophalen, werkcafés, verbinding met vrijwilligersorganisaties, productontwikkeling. Dit kost ook meer capaciteit vanuit PReT, dus hoe gaan we dit realiseren?
- Mogelijk kunnen de erfgoedlijnen van de provincie worden gebruikt als haakje voor productontwikkeling.

Positionering

- Momenteel weinig kennis over wat de gemeente Alphen te bieden heeft: het is het best bewaarde geheim van de randstad.
- Er kan meer en beter worden samengewerkt binnen het Groene Hart. Bijvoorbeeld in verhaallijnen, arrangementen en landschapsbiografie.
- DNA en identiteit van Alphen is momenteel niet duidelijk. PreT kan hier samen met Alphen Marketing een rol in spelen.
- Er kan sterker worden samengewerkt met Gouda en Woerden.
- Het sterke wandel-, fiets- en vaarnetwerk kan breder uitgedragen worden om Alphen daarop te profileren. Dat vraagt ook inzet van ondernemers.

Focus vanuit de gemeente Alphen aan den Rijn

- Vanuit de gemeente ligt er minder focus op het aantrekken van buitenlandse bezoekers. Het is waarschijnlijk dat dit in ieder geval een groeimodel moet aanhouden.
- Vanuit de politiek ligt de focus allereerst op de eigen inwoners. Voorzieningen en routes verbeteren ook de leefbaarheid van inwoners. Ook staat de coalitie voor goed ondernemerschap.

Ruimtelijk Economische Koers van Alphen aan den Rijn naar 2040 - Kwaliteit in groen en groei

- Aantrekkelijke gemeente door ligging in de Randstad en aansluiting per spoor, weg en water

Toekomstbestendige economie: Vrijetijdseconomie stimuleren

- Momenteel economisch gezien klein, maar groeikansen
- Uitbreiding van overnachtingsmogelijkheden
- Versterken van de iconen Archeon, Avifauna, Boskoop en Bentwoud
- Vergroten van recreatieve mogelijkheden rondom groen en blauw
- Samenwerking met partners in het Groene Hart van belang

Landelijk gebied

- Meervoudig ruimtegebruik waarbij natuur- en cultuurhistorische waarden behouden blijven
- Recreatie verbinden met water- en bodemopgaven, zoals bescherming tegen wateroverlast en droogte.
- Recreatie draagt bij een aan gezonde leefomgeving.

5.5 KADERS VOOR DE HERIJKING
VANUIT DE REGIO

Groene Hart Visie
Alle toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen, inclusief recreatie, moeten afgestemd worden op de natuurlijke condities van water en bodem. Dit betekent meer ruimte voor water, natuurlijke oevers en seizoensgebonden dynamiek in het landschap.

Kansen voor recreatie door natuurontwikkeling

- Het Groene Hart moet transformeren van een uniform agrarisch landschap naar een gedifferentieerd mozaïeklandschap. Dit biedt kansen voor kleinschalige recreatievormen zoals wandelen, fietsen, kanoën en natuurbeleving in overgangsgebieden zoals rond de Nieuwkoopse Plassen.
- Voorbeelden zoals de Nieuwe Driemanspolder, Het Doove Gat en de Willem-Alexanderbaan tonen aan dat waterberging gecombineerd kan worden met natuurontwikkeling en recreatie. Denk hierbij aan vogelspotten en educatieve routes die mogelijk worden gemaakt door de aanleg van dras-plas gebieden en het bevorderen van biodiversiteit.
- Boeren worden steeds meer landschapsbeheerders en recreatieondernemers. Denk aan boerderijwinkels, zorgboerderijen, en kleinschalige verblijfsrecreatie
- Recreatie wordt gezien als een volwaardig onderdeel van het verdienmodel in het buitengebied. Dit vraagt om investeringen in infrastructuur, natuurkwaliteit en samenwerking tussen boeren, natuurorganisaties en overheden.

6 Bijlagen

6.1 RONDE TAFEL BIJEENKOMSTEN

Eerste ronde tafel bijeenkomst

Op maandag 7 juli 2025 organiseerden we de eerste ronde tafel bijeenkomst. Hier waren verschillende PReT-deelnemers en betrokkenen voor uitgenodigd om gezamenlijk te bepalen waar we ons de komende jaren op zullen richten. Aan de hand van stellingen bespraken we de huidige situatie van recreatie en toerisme in gemeente Alphen aan den Rijn. Middels een reisgids voor een bezoek aan de gemeente in 2040 bepaalden we waar we naartoe willen werken voor de toekomst. En tot slot bespraken we tijdens brainstorm sessies in deelgroepen wat er voor nodig is om daar te komen.

De belangrijkste uitgangspunten die we hebben opgehaald zijn:

- Gemeente Alphen aan den Rijn heeft onvoldoende naamsbekendheid als toeristische bestemming;
- De samenwerking tussen toeristisch-recreatieve ondernemers moet versterkt worden om gezamenlijk ambities waar te maken;
- Er liggen voldoende kansen voor toerisme en recreatie: o.a. wandelen, fietsen en varen, streekproducten, cultuur, beleving van het Romeins verleden en de ligging bij de Randstad;
- We zijn niet trots genoeg op onze gemeente en wat we te bieden hebben;
- Het buitengebied kan recreatief beter gebruikt worden;
- De verbinding met de regio is een aandachtspunt, we zijn zowel onderdeel van de Rijn- en Veenstreek als het Groene Hart;
- Om meerdaags verblijf in onze gemeente aantrekkelijker te maken, moet er zowel dagaanbod als verblijfsaanbod ontwikkeld worden.

Eerste ronde tafel bijeenkomst bij Koffie- en theehuis Yume, in Boskoop

Tweede ronde tafel bijeenkomst bij Museumpark Archeon

Tweede ronde tafel bijeenkomst

We organiseerden twee weken later, op maandag 21 juli 2025, een vervolg bijeenkomst. Het doel van deze sessie was om concreter door te praten over de toekomst van Platform Recreatie en Toerisme. Aan de hand van de eerste bijeenkomst hebben we een concept versie van een ambitie en actielijnen opgesteld, die we via een stoplichtmodel en brainstormsessies concretiseerden.

De belangrijkste uitgangspunten uit deze tweede sessie zijn als volgt:

- PReT is geen uitvoerder, enkel ondersteuner (naast haar rollen als aanjager, verbinder en belangenbehartiger);
- Het is een gemiste kans om de verbinding met de Rijn- en Veenstreek niet te benoemen. Maar het ook zonde om de ligging in het Groene Hart niet in de ambitie te verwerken;
- Ons buitengebied is geen rijke natuur, maar wel veelzijdig groen;
- We richten ons op de gehele bezoekerseconomie: (regionale) inwoners, toeristen, recreanten en zakelijke bezoekers;
- De verbinding tussen de iconen en de andere ondernemers is een aandachtspunt;
- We willen groeien naar een toonaangevende toeristische bestemming in de Rijn- en Veensteek/ het Groene Hart;
- Het verbeteren van ons imago is van belang om te (kunnen) groeien;
- We missen nog ons Alphense verhaal. Wat hebben we te vertellen tegen de toerist of recreant?

6.2 ENQUÊTE RESULTATEN

De ronde tafel sessies konden maar met een beperkt aantal deelnemers en betrokkenen worden georganiseerd om voldoende productief te blijven. Om andere deelnemers en betrokkenen toch de kans te geven om input te geven voor de herijking van onze toekomstvisie, hebben we een enquête uitgestuurd. Hier konden zij input geven op de ambitie en actielijnen zoals deze waren besproken in de tweede ronde tafel bijeenkomst. De online vragenlijst heeft van 4 tot 18 augustus open gestaan en is door 16 deelnemers volledig ingevuld.

De belangrijkste input vanuit de enquête is als volgt:

- Deelnemers zijn het eens met de ambitie zoals deze is opgesteld. 50% tot 80% van de respondenten waren het eens met de verschillende onderdelen van de ambitie;
- De verhouding van Alphen aan den Rijn tot de Randstad is een grote kans. Bezoekersspreiding is noodzakelijk in de grote steden en daarnaast is er een behoefte om te onthaasten. Het is voor bezoekers van de Randstad daarom aantrekkelijk om te overnachten in de rustige omgeving van Alphen aan den Rijn;
- We hebben vanuit oudsher een sterke verbinding met het water, wat in het heden een prominentere rol mag krijgen in het aanbod;
- Inwoners moeten bekend worden met de recreatieve mogelijkheden van Alphen aan den Rijn, zodat zij dat via mond-tot-mond reclame kunnen doorgeven aan bezoekers;
- Er zijn momenteel te weinig overnachtingsmogelijkheden, waardoor een meerdaags verblijf de toerist lastig wordt gemaakt;
- Het verhaal van Alphen aan den Rijn: het ‘Central Park’ van de Randstad met veel recreatieve activiteiten zoals fietsen, wandelen en varen. Gecombineerd met een sterke cultuurhistorische geschiedenis (Romeinen) kunnen we een bijzondere beleving aanbieden;
- Het voldoende betrekken van vrijwilligers is een aandachtspunt, zodat ook zij de kans krijgen om de verbinding te leggen;
- Hoewel de geschiedenis van de Romeinen zeker terug moet komen, wordt er niet enthousiast gereageerd op de benaming ‘Wereldstad aan de Limes’.
- Er is ontzettend veel te beleven in het buitengebied: wandelen, fietsen, varen, ontdekken, proeven en onthaasten.

- De samenwerking met PReT wordt door 53% van de deelnemers als (ontzettend) goed ervaren.

6.3 TER INSPIRATIE: HET VERHAAL VAN ALPHEN

Eén van de actiepunten waar we op korte termijn mee aan de slag gaan, is het concretiseren van hét verhaal van Alphen aan den Rijn en dat uitdragen naar onze inwoners, bezoekers en toeristen. We gaan hier tijdens een sessie mee aan de slag. Voor nu is in deze toekomstvisie ter inspiratie een eerste aanzet gedaan waar het Romeinse verhaal en de centrale ligging uitgangspunt vormen.

Alphen aan den Rijn: middelpunt van groen, geschiedenis en ontmoeting

Midden in het Groene Hart ligt Alphen aan den Rijn, een gemeente die door haar centrale ligging altijd al een natuurlijke plek van verbinding was. Zo'n tweeduizend jaar geleden trokken Romeinse soldaten, kooplieden en reizigers langs de Rijn en vestigden zich in castellum Albaniana, het huidige Alphen aan den Rijn. Ze gaven de stad betekenis als kruispunt van handel, cultuur en beleving.

Vandaag de dag gebeurt hetzelfde: (internationale) toeristen, recreanten, (regionale) inwoners en zakelijke bezoekers komen naar Alphen aan den Rijn en ervaren de gemeente als gastvrije ontmoetingsplek waar verleden en heden elkaar raken. Ze ontdekken het Romeinse verleden dat in Archeon tot leven komt, de wereldberoemde sierteelt in Boskoop, het oudste Vogelpark ter wereld Avifauna en de polders in Bentwoud die Alphen aan den Rijn hét Fietshart van Holland maken. De iconen en onze andere troeven zijn met wandel-, fiets- en vaarbelevingen verbonden. Zo beleven onze bezoekers, dichtbij de Randstad, ons groen en water.

Alphen investeert in leefbaarheid, natuur en cultuur voor zijn inwoners, en verwelkomt tegelijk bezoekers uit de regio, het land en ver daarbuiten. Met haar ligging en bereikbaarheid vormt de stad een gastvrije toegangspoort tot het Groene Hart en een verrassende uitvalsbasis vlakbij Amsterdam, Rotterdam, Leiden en Gouda.

Kortom, Alphen aan den Rijn is het centraal gelegen middelpunt van groen, erfgoed en beleving. Net als in de Romeinse tijd is het een plek waar reizigers samenkomen, op adem komen en verhalen doorgeven.

Lars Pijlman
L.pijlman@wijzijnginder.nl
Linde Moors
L.moors@wijzijnginder.nl

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS ’s-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

GINDER
komt het tot leven