

UITVOERINGSPROGRAMMA TOERISME
PARKSTAD LIMBURG 2010- 2014

Parkstad
maakt 't mogelijk

Uitvoeringsprogramma Toerisme

Parkstad Limburg 2010-2014

Versie februari 2010

Vastgesteld door het Parkstad Bestuur op 10 februari 2010

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Leeswijzer	3
3. De missie	3
4. Analyse huidige uitgangspositie.....	4
5. Uitkomst ontwikkelingsvisie: meer verblijfstoerisme en meer zakelijk bezoek	4
6. Uitwerking ontwikkelingsvisie: de 'rode' en 'groene' clusters	5
7. Strategie voor de komende vier jaar: werken aan drie prioriteiten	7
Prioriteit 1: het versterken en uitbouwen van het toeristisch profiel van Parkstad Limburg.....	7
Prioriteit 2: het verwerven van een sterke positie voor Zuid-Limburg binnen de Euregio.....	8
Prioriteit 3: het verwerven van een sterke positie voor de Euregio Maas-Rijn op de Europese markt.....	8
8. Samenvatting strategie	8
9. Inventarisatie van projecten	9
10. Financiering van het programma	12
11. Monitoring van het programma.....	12
Bijlagen:	
<u>Bijlage 1:</u> Overzicht toeristische voorzieningen en evenementen	13
<u>Bijlage 2:</u> SWOT-analyse 14.....	15
<u>Bijlage 3:</u> Belangrijkste trends & ontwikkelingen in de vrijetijdssector	18
<u>Bijlage 4:</u> Korte beschrijvingen van de projecten en initiatieven	20

1. Inleiding

Voor u ligt het uitvoeringsprogramma 2009-2014. Het is tot stand gekomen door het nog lopende Uitvoeringsprogramma 2007-2010 te actualiseren. Deze actualisatie is noodzakelijk omdat in 2008 een nieuwe ontwikkelingsvisie voor het toerisme in Parkstad Limburg is opgesteld en vastgesteld. De actualisatie betreft voornamelijk de lijst met projecten. De missie en strategie zijn onveranderd gebleven omdat deze nog steeds actueel zijn.

Het document is zodanig opgesteld dat het op zichzelf staat. De belangrijke passages uit het vorig programma die ook voor het nieuw programma relevant zijn, zijn hierin opnieuw, maar dan geactualiseerd, opgenomen. Het is voor de lezer dus niet nodig om het vorig programma te raadplegen.

2. Leeswijzer

Onderstaand wordt de missie van het toeristisch beleid uiteengezet, gevolgd door een analyse van de huidige uitgangspositie. De bijbehorende SWOT-analyse alsmede het overzicht van de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn opgenomen in bijlagen 2 respectievelijk 3.

In paragraaf 5 (blz. 4) wordt de eind 2008 vastgestelde ontwikkelingsvisie uiteengezet gevolgd door de uitwerking ervan, te weten de ontwikkeling van de 'rode' en de 'groene' clusters.

In paragraaf 7 (blz. 7) wordt de strategie voor de komende vier jaar uiteengezet. Hiertoe worden drie prioriteiten onderscheiden en in totaal 6 maatregelen.

Paragraaf 8 (blz. 8 en verder) bevat de lijst van de bij de strategie horende projecten. Korte omschrijvingen ervan zijn opgenomen in bijlage 4.

Het programma wordt afgesloten met een korte uiteenzetting over de financiering ervan en over de monitoring (blz. 11).

3. De missie

Parkstad Limburg staat nog steeds voor de opgave om de regionale economische structuur te versterken en daarmee nieuwe banen te scheppen. De doorontwikkeling van de sector Toerisme kan hieraan zeker een bijdrage leveren. De door deze sector te genereren nieuwe werkgelegenheid sluit namelijk heel goed aan bij de behoefte, te weten veel werk voor relatief laag geschoolden en naar verhouding veel deeltijdbanen. Een doorontwikkeling van de sector Toerisme zal voorts de toeristische bestedingen verder doen toenemen. De regio telt momenteel relatief veel zaken, vooral in de horecasector, die een toename van deze toeristische bestedingen heel goed kan gebruiken als extra bron van inkomsten. Hetzelfde geldt voor de agrarische sector in het landelijk gebied. Met andere woorden, de doorontwikkeling van het toerisme zal bijdragen aan de noodzakelijke versterking van de regionale economische structuur. Een andere gunstige bijkomstigheid is dat toeristische investeringen de regio aantrekkelijker maken voor bezoekers en inwoners en daarmee het woon- en leefklimaat bevorderen. De ontwikkeling van het toerisme heeft tenslotte de potentie om het negatief zelfbeeld in de regio om te zetten naar meer positieve beelden en de trots en tevredenheid van de bewoners over de eigen regio te herstellen.

Samenvattend is de missie als volgt:

De missie van het toeristisch beleid is: het genereren van aanvullende werkgelegenheid, het doen groeien van de bestedingen, het versterken van het imago van Parkstad Limburg en het verbeteren van de woon- en leefomgeving.

Een bloeiend toerisme zal ervoor zorgen dat vele bezoekers van buiten onze regio zullen intrekken, voor kortere en langere verblijven. In relatie tot de aanstaande bevolkingsdaling kan een doorontwikkeling van dit toerisme bijdragen tot:

- Het in stand houden van voorzieningen (o.m. detailhandel, horeca, diverse diensten binnen de zakelijke dienstverlening) die anders geen bestaansrecht meer hebben;
- Het vinden van nieuwe bestemmingen voor (overbodig geworden) gebouwen en infrastructuur.

4. Analyse huidige uitgangspositie

Toeristisch Parkstad Limburg staat niet op zichzelf, maar maakt deel uit van de toeristische regio Zuid-Limburg. Landelijk gezien staat Zuid-Limburg in de top-3 van meest populaire Nederlandse bestemmingen.

Binnen Zuid-Limburg kenmerkt Parkstad zich voornamelijk door de grootschalige dagattracties, een resultaat van het beleid van met name de gemeenten Landgraaf en Kerkrade in de afgelopen 10 jaar. Mede hierdoor zijn de toeristische bestedingen in Parkstad Limburg in de afgelopen jaren zeer fors gegroeid:

- van € 84 mln in 1998/1999 naar € 156 mln in 2002/2003, een toename van ruim 86%;
- van € 156 mln in 2002/2003 naar € 262 mln in 2006/2007), een toename van 68%.

Hiermee is Parkstad Limburg in toeristische zin de snelst groeiende regio van Nederland.

Een ander sterk kenmerk van Parkstad Limburg is de veelheid aan evenementen die in de regio worden georganiseerd. In twee tabellen opgenomen in **bijlage 1** treft u een overzicht van de belangrijkste toeristische voorzieningen en evenementen van Parkstad Limburg aan met de bijbehorende marktwaardering en uitbouw mogelijkheden. Deze elementen vormen tezamen de kern het huidige toeristisch-recreatief product van Parkstad Limburg.

In **bijlage 2** treft u de geactualiseerde SWOT-analyse van het huidig toeristisch product aan en in **bijlage 3** een overzicht van de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de vrijetijdssector. Hieruit kan worden afgeleid dat het toeristisch product Parkstad Limburg zich de afgelopen jaren sterk heeft ontwikkeld en dat er vele kansen liggen om het verder uit te bouwen. Aan de andere kant moet ook worden vastgesteld dat de gerealiseerde omzet erg eenzijdig en kwetsbaar is, o.m. omdat 80% hiervan wordt gegenereerd door het dagtoerisme. Hiernaast moeten dagattracties, teneinde voldoende aantrekkingskracht te behouden, voortdurend investeren in innovatie en product vernieuwing. Door de relatief lage productiviteit (lage bestedingen, lage bezetting op jaarbasis) zijn dergelijke investeringen moeilijk rendabel te maken. Dit alles maakt de sector momenteel erg kwetsbaar.

5. Uitkomst ontwikkelingsvisie: meer verblijfstoerisme en meer zakelijk bezoek

ZKA Consultants & Planners te Breda heeft medio 2008 een ontwikkelingsvisie voor Parkstad Limburg voor de komende 10 jaar opgesteld. Deze gaat uit van dezelfde analyse als hiervoor aangegeven. Het advies is dat Parkstad zich de komende jaren meer moet ontwikkelen als een verblijfsbestemming.

Hierdoor wordt het markt bereik groter en gaan de bestedingen per persoon per dag fors omhoog. De grootste kansen voor Parkstad Limburg worden gezien in de kortere vakanties (shortbreaks) in zowel de particuliere als in de zakelijke markt. Om de nodige aantrekkingskracht te verwerven zal de focus moeten worden gelegd op de doorontwikkeling van het 'hoogwaardig vermaak' (entertainment), een segment dat in de regio al sterk aanwezig is. Voorts wordt geadviseerd om het bestaand en nieuw te ontwikkelen aanbod aan hoogwaardig vermaak, verblijf en ondersteunende horeca onder te brengen in een heldere structuur van makkelijke vindbare en toegankelijke clusters. Deze moeten duidelijk van elkaar verschillen en tegelijkertijd ieder op zich een leuke tijdsbesteding garanderen. Vol gemak en met een intensieve beleving.

Hiernaast adviseert ZKA om ook te profiteren van de zeer goede naam van Zuid-Limburg, met name in Nederland. Parkstad beschikt immers ook over de nodige gebieden met een typisch Zuid-Limburgs karakter. Gebieden met karakteristieke natuur, cultuur en cultuurhistorische waarden. Het benutten hiervan zorgt voor een aanvulling op het profiel en een verbreding van de doelgroep. Bovendien kan Parkstad met haar aanbod van hoogwaardig vermaak zich hiermee beter onderscheiden van andere regio's die ook vermaak aanbieden.

Tenslotte adviseert ZKA om in de ruimtelijke organisatorische uitwerking de 'clusters van vermaak' (in het rapport 'Urban Entertainment Exits' genoemd) en de clusters met een 'Zuid-Limburgse uitstraling' (in het rapport 'Green Escapes' genoemd) via de Parkstadring te ontsluiten en te verbinden. En deze ring in de toekomst neer te zetten als een bijzondere en karakteristieke 'LeisureRing' en het geheel te positioneren als "Capital of Entertainment Zuid-Limburg".

Deze visie, die uitgaat van een verdubbeling van de toeristische omzet in de komende 10 jaar, kan rekenen op een breed draagvlak bij zowel de aangesloten gemeenten als bij de ondernemers uit de sector. Het is daarom in het najaar van 2008 door de Parkstad Raad vastgesteld als de regionale ontwikkelingsvisie waar naartoe moet worden gewerkt.

6. Uitwerking ontwikkelingsvisie: de 'rode' en 'groene' clusters

Aan de ontwikkelingsvisie is inmiddels een eerste globale uitwerking gegeven. Zo zijn in totaal 9 potentiële concentraties van hoogwaardig vermaak ('rode' clusters genoemd) als kansrijk aangemerkt en 9 gebieden met een typisch Zuid-Limburgs karakter ('groene' clusters genoemd).

De 9 potentiële 'rode' clusters zijn:

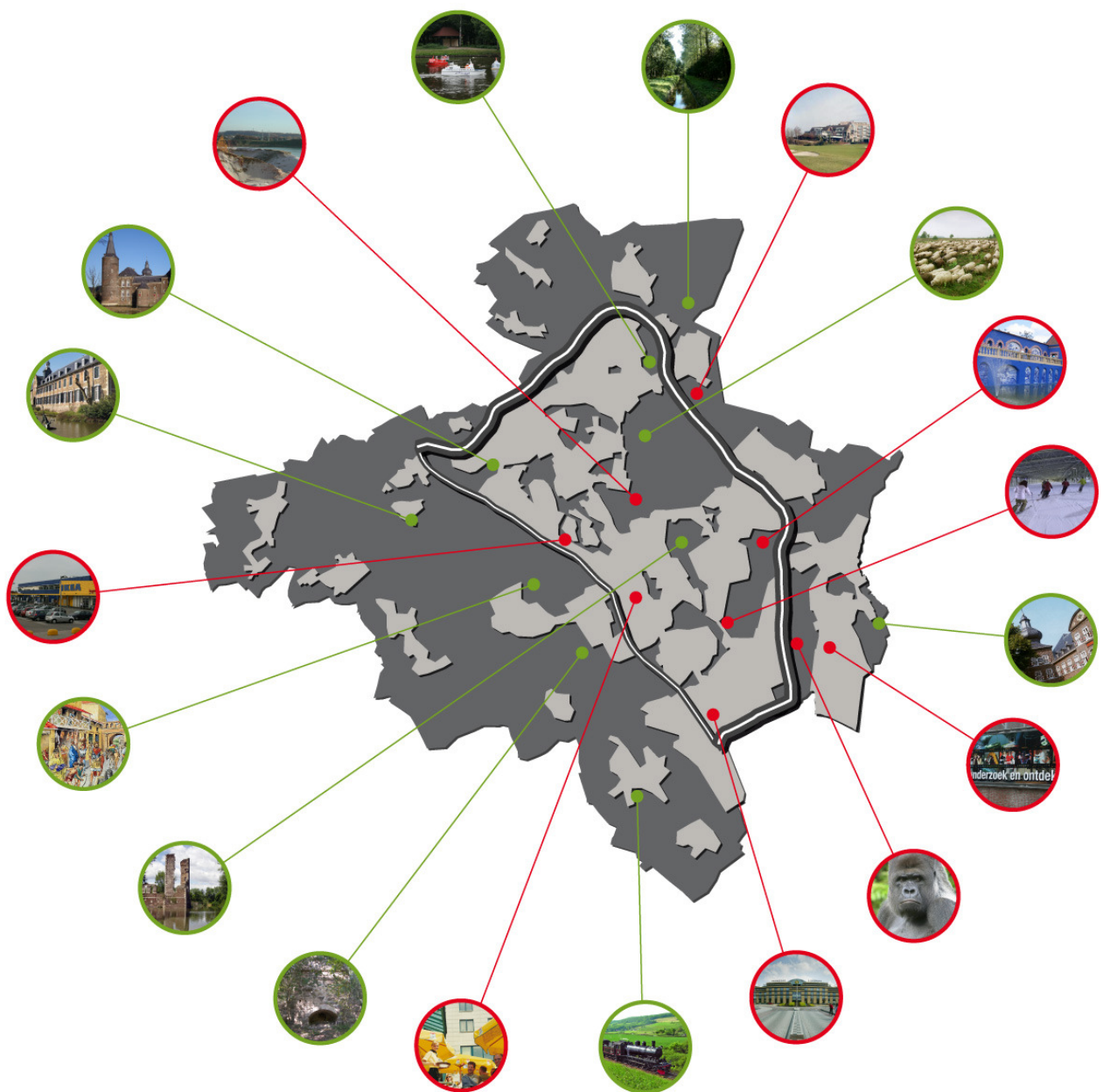
1. De woonboulevard.
Thema: woonshopping en aan wonen gerelateerde leisure.
2. Het cluster Parkstad City.
Thema: funshopping, cultuur/cultureel erfgoed, uitgaan in een aantrekkelijk centrum voor Parkstad.
3. Het cluster SnowWorld / Megaland / Sport & Leisurepark.
Thema: sport, entertainment.
4. Het cluster rondom het Parkstad Limburg stadion.
Thema: sport, uitgaan, nader in te vullen.
5. Het cluster Gaiapark / Kasteel Erenstein / Hotel Brughof.
Thema: familievermaak, educatie.
6. Het cluster Continium / Minestone / ZLSM.
Thema: educatie, wetenschap, familievermaak.
7. Het cluster Mondo Verde / Waterworld.
Thema: groen, water, familievermaak, verblijfsrecreatie.
8. Het cluster rond groeve Sigrano.
Thema: openlucht waterrecreatie, verblijfsrecreatie, overige voorzieningen.
9. Het cluster aan de Oostflank van Brunssum / Openbare golfbaan Brunssum.
Thema: sport, adventure, verblijfsrecreatie.

De 10 potentiële 'groene' clusters zijn:

1. Kasteel Wijnandsrade en omliggend gebied
Thema: landwegen, natuur.
Icoon: kasteel Wijnandsrade
Activiteiten: bewegwijzigde ruiter- en menroutes, galoppadebaan, wandelen en fietsen.
2. Kasteel Hoensbroek en omliggend gebied (Geleenbeek).
Thema: Middeleeuwen, stadmoeras.
Icoon: Kasteel Hoensbroek.
Activiteit: museum, cultuur educatie, evenementen, knooppunt wandel- en fietsroutes
3. Archeologisch Landschapspark Voerendaal (gebied ten noorden en oosten van de kern Voerendaal).
Thema: Romeins verleden.
Icoon: Romeinse Villa.
Activiteit: Cultuurhistorie rondom Romeinse Villa en Romeinse weg, sport (w.o. wandelen, fietsen, golf), agrotourisme.
4. Land van Kalk (gebied aan de Daelsweg tussen Benzenrade en Ubachsberg)
Thema: nog nader uit te werken met naburige gemeenten.
Icoon: kalkoven.
Activiteit: kalkgroeven, kalkovens, geologisch tijdvenster, educatie, natuur, wijnbouw, oude ambachten, natuurtransferium.
5. Gebied nabij station Simpelveld, natuurtransferium en bungalowpark.
Thema: Historische spoorlijn.
Icoon: ZLSM.
Activiteit: stoomtrein, wandelen, fietsen, kleinschalige attracties, verblijf (bungalowpark).
6. Eurodepark Kerkrade (gebied rond abdij Rolduc doorlopend tot in Herzogenrath).
Thema: Spiritualiteit.
Icoon: Rolduc.
Activiteit: bezinning, wandelen, fietsen, golf.
7. Kasteel Schaesberg en omliggend gebied (Haesdal)
Thema: Middeleeuwen
Icoon: Kasteel Schaesberg
Activiteit: herbouw kasteel, landbouw, streekproducten en ambachten (dit allemaal met middeleeuwse methoden), evenementen

8. Brunsummerheide (Heerlen, Brunssum, Landgraaf).
Thema: Natuur.
Icoon: Bezoekerscentrum Natuurmonumenten.
Activiteit: wandelen, fietsen, ontdekken (o.a. Explorion), verblijf (bungalowpark Brunshheim).
9. Schutterspark (Brunssum).
Thema: Familiepark.
Icoon: nog in te vullen.
Activiteit: wandelen, fietsen, miniatuurbootjes, blotevoetenpad, boomkronenpad, cultuur en evenementen.
10. Natuur- en Landschapspark Rodebach/Roode Beek (Schinveld, Gangelt)
Thema: Beken en moerassen.
Icoon: Toeristisch recreatief informatiecentrum Natuurpark Roode Beek
Activiteit: wandelen, fietsen, paardrijden, zweefvliegen, cultuurhistorie, natuureducatie.

Aangehaakt aan de Parkstad LeisureRing levert dit het volgende 'ruimtelijk' beeld op.



Aan de gemeenten is gevraagd om per cluster en samen met de betrokken partijen een ontwikkelingsvisie op te (doen) stellen met bijbehorend plan van aanpak. Parallel hieraan zal Parkstad Limburg, samen met de provincie, concepten (doen) uitwerken voor de LeisureRing, zodat deze kunnen worden meegenomen in de aanstaande realisatie van de buitenring.

7. Strategie voor de komende vier jaar: werken aan drie prioriteiten

Op de toeristische markt is het hebben van een sterk en helder profiel een basisvoorwaarde. Het huidige toeristisch profiel van Parkstad Limburg, met als kern 'dagattracties' voldoet hier nog onvoldoende aan. De eerste prioriteit in de strategie is daarom om dit profiel verder te versterken en uit te bouwen teneinde het marktgebied te vergroten met meer bezoekers, van grotere afstanden en voor langere verblijven. De elementen uit hiervoor geschetste ontwikkelingsvisie (Capital of Entertainment, Parkstad LeisureRing en de rode en groene clusters) zullen hierbij leidend zijn. Het gaat bij deze eerste prioriteit om de combinatie tussen enerzijds het in fysieke zin uitbouwen en aanvullen van het toeristisch product Parkstad Limburg en anderzijds om het vermarkten ervan.

Zoals hiervoor aangegeven, maakt Parkstad Limburg deel uit van de toeristische regio Zuid-Limburg. Op de Nederlandse markt neemt deze regio een hele sterke positie in. Het is voor Parkstad Limburg verstandig om daarbij aan te sluiten en op deze schaal samen te werken.

In het nabije buitenland is de positie van Zuid-Limburg nog niet zo sterk. Een van de belangrijkste uitdagingen van Zuid-Limburg is om de sterke positie die zij bekleedt op de Nederlandse markt om te zetten in een even sterke positie binnen de Euregionale markt, d.w.z. in een volledige cirkel met een straal van ca 250 km, i.p.v. in een beperkt deel van deze cirkel (1/5), zijnde Nederland. De tweede prioriteit in de strategie van Parkstad Limburg is om deze sterke positie te verwerven, uiteraard samen met de andere partners in Zuid-Limburg. Een sterke positie van Zuid-Limburg zal immers ook leiden tot meer bezoekers voor Parkstad Limburg en daarmee hogere bestedingen genereren.

Tenslotte maakt Parkstad Limburg niet alleen deel uit van Zuid-Limburg maar ook van de Euregio Maas-Rijn, het internationaal gebied dat zich uitstrekt tussen de Maas en de Rijn. Dit is een gebied met potenties op de veel grotere Europese markt. Met name vanuit de Duitse kant zijn de laatste jaren initiatieven ontplooid om deze potenties te benutten. Het gaat hierbij niet om de totale Europese markt, maar om delen ervan, om 'niches'. Voorbeelden zijn de 'Grünmetropole', de 'Strasse der Gartenkunst', de 'Euregionale 2008'. Het verdient aanbeveling om op dit soort van initiatieven in te spelen en ze te ondersteunen. Ze bieden namelijk aanvullende kansen om het aantal bezoekers aan Parkstad Limburg te vergroten. Het samen met de partners binnen de Euregio verwerven van een sterke positie op delen en niches van de Europese markt is de derde prioriteit in de toeristische strategie van Parkstad Limburg.

In onderstaande paragrafen worden de maatregelen geschetst die nodig zijn om deze drie prioriteiten te realiseren.

Prioriteit 1: het versterken en uitbouwen van het toeristisch profiel van Parkstad Limburg.

De 'rode' en 'groene' clusters vormen de kern van het toekomstig profiel van Parkstad Limburg. Het realiseren hiervan is de eerste maatregel in deze prioriteit. De 'rode' clusters moeten compacte concentraties van vermaaksmogelijkheden worden, aangevuld met de nodige verblijfsmogelijkheden en ondersteunende horeca. Zij zijn kapitaalintensief en gericht op grote stromen bezoekers. De groene clusters stralen meer rust uit. Zij zijn meer extensief van karakter en overwegend gericht op natuur, cultureel erfgoed en de Limburgse ambiance. Elk van deze clusters moeten wat betreft thema en activiteit duidelijk van elkaar verschillen maar hebben met elkaar gemeen dat zij borg staan voor een fijn en karaktervol verblijf, vol gemak en van een hoog kwaliteitsniveau.

Het aanbrengen van verbindingen tussen deze clusters en de overige elementen van het toeristisch product is de tweede maatregel in deze prioriteit. Op het fysiek vlak is dit in de eerste plaats het vormgeven en implementeren van de Parkstad LeisureRing. Hiernaast valt te denken aan de ontwikkeling van arrangementen en de ontwikkeling van verbindende thema's.

Het vermarkten van het profiel en bijbehorend toeristisch product Parkstad Limburg is de derde maatregel ter realisering van deze prioriteit. Dit vermarkten moet in toenemende mate gericht worden op het aantrekken van verblijfs gasten in een straal tot 250 km.

Prioriteit 2: het verwerven van een sterke positie voor Zuid-Limburg binnen de Euregio

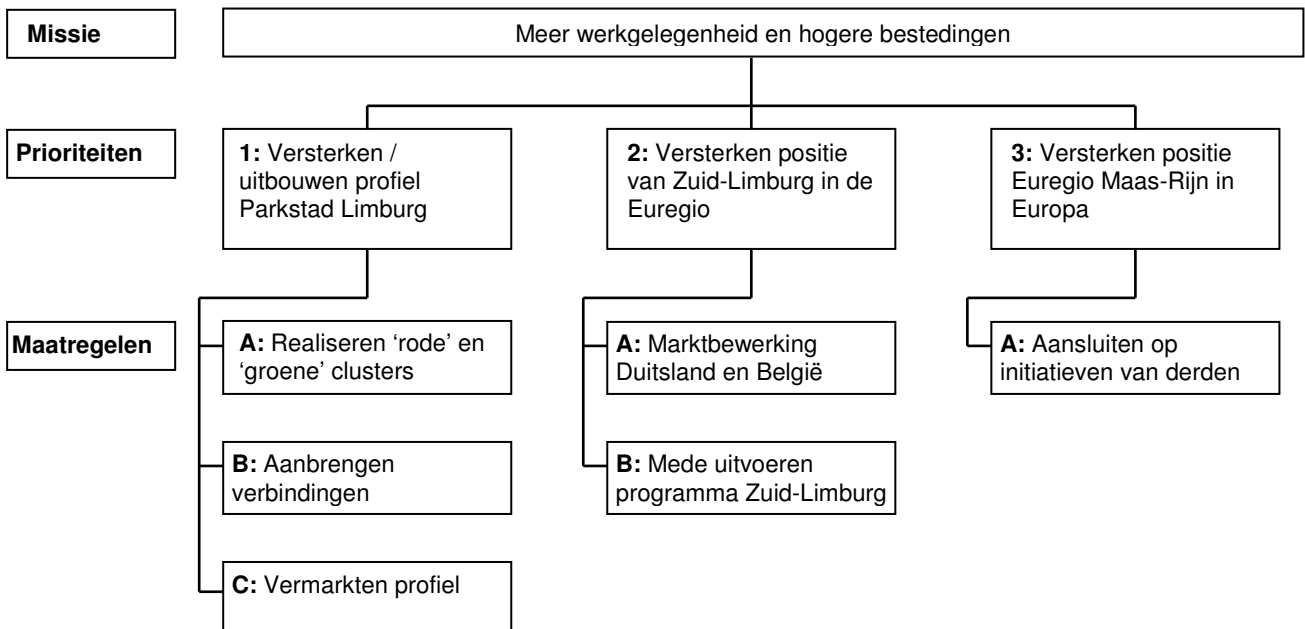
In een straal van ca 250 km leven, wonen en werken meer dan 30 mln mensen. Een grote marktpotentie voor het toerisme, zowel in Parkstad Limburg als in Zuid-Limburg. Om deze te benutten is intensief en langdurig marktwerking nodig. Met name in het nabij gelegen buitenland omdat daar bekendheid met Zuid-Limburg nog sterk achterblijft. Het (gezamenlijk door de partners in Zuid-Limburg) ontwikkelen en uitvoeren van deze marktwerking is de eerste maatregel in deze prioriteit. Marktwerking alleen zal niet voldoende zijn om nieuwe stromen bezoekers aan te trekken. Parallel aan deze marktwerking moet er ook worden geïnvesteerd in het product "Zuid-Limburg". Het doorontwikkelen van het product Zuid-Limburg en het aantrekkelijker maken ervan voor nieuwe bezoekers vormt de kern van een programma dat momenteel samen met de partners in Zuid-Limburg wordt samengesteld. Het mede uitvoering geven aan dit programma voor Zuid-Limburg is de tweede maatregel ter realisering van deze prioriteit.

Prioriteit 3: het verwerven van een sterke positie voor de Euregio Maas-Rijn op de Europese markt.

Parkstad Limburg en Zuid-Limburg zijn op zich te klein en te onbelangrijk om in toeristisch opzicht van betekenis te zijn op grotere schalen zoals de Europese markt. Om op deze schalen interessant te zijn, zal samengewerkt moeten worden in grotere verbanden. Te denken valt aan het gebied tussen Maas en Rijn dat op Europese schaal wel potenties heeft. Er worden met een zekere regelmaat, met name door de Duitsers, initiatieven ontplooid om deze potenties te benutten. Voorbeelden van dergelijke initiatieven zijn o.m. de 'Grünmetropole', de 'Strasse der Gartenkunst', de 'Euregionale 2008' en de 'Landesgartenschau 2017'. Van Nederlandse kant kan in dit verband de 'Floriade 2012' worden genoemd. Het verdient aanbeveling om op deze initiatieven in te spelen, ze te ondersteunen en in gezamenlijkheid alle potenties eruit halen die erin zitten. Het inspelen op dergelijke initiatieven is de eerste en enige maatregel die wordt voorgesteld ter realisering van deze prioriteit.

8. Samenvatting strategie

De hiervoor uitgewerkte strategie is in onderstaand schema samengevat.



9. Inventarisatie van projecten

Via diverse regionale overleggen w.o. het Ambtelijk Overleg Toerisme en het Overlegplatform Toerisme Parkstad Limburg zijn de projecten en initiatieven geïnventariseerd die passen in voornoemde strategie. Deze staan opgenomen in onderstaand overzicht. In **bijlage 4** treft u een korte beschrijving van deze projecten aan.

Hierbij wordt opgemerkt dat dit overzicht niet statisch is. Tijdens de looptijd van het uitvoeringsprogramma kunnen zich ontwikkelingen voordoen die ertoe leiden dat hiervoor een nieuw project of initiatief wordt opgezet of dat een bestaand project of initiatief moet worden gestopt of moet worden aangepast. Via tussentijdse rapportages zal hierop worden gewezen en eventuele voorstellen worden gedaan om de lijst van projecten en initiatieven aan te passen.

Overzicht projecten

Prioriteit	Maatregel	Projecten en initiatieven	Uitvoering door
Prioriteit 1: Versterken / uitbouwen profiel Parkstad Limburg	A. Realiseren 'rode' en 'groene' clusters	'Rode' cluster Woonboulevard. Thema: woonshopping en aan wonen gerelateerde leisure.	Gemeente Heerlen, ondernemers
		'Rode' cluster Pakstad City. Thema: funshopping, cultuur, uitgaan.	Gemeente Heerlen, ondernemers
		'Rode' cluster SnowWorld / Megaland / Sport & Leisurepark. Thema: sport, adventure, entertainment.	Gemeente Landgraaf, ondernemers
		'Rode' cluster Parkstad Limburg Stadion. Thema: sport, uitgaan, nader in te vullen.	Gemeente Kerkrade, ondernemers
		'Rode' cluster GaiaPark / Kasteel Erenstein / Hotel Brughof / Anstelvallei. Thema: dierentuin, familievermaak, educatie.	Gemeente Kerkrade, ondernemers
		'Rode' cluster Continium / Minestone / ZLSM. Thema: educatie, wetenschap, familievermaak	Gemeente Kerkrade, ondernemers
		'Rode' cluster Mondo Verde / WaterWorld. Thema: groen, water, familievermaak, verblijfsrecreatie.	Gemeente Landgraaf, ondernemers
		'Rode' cluster Groeve Sigrano. Thema: openlucht waterrecreatie, verblijfsrecreatie, overige voorzieningen.	Gemeente Heerlen, ondernemers
		'Rode' cluster Oostflank Brunssum / Openbare golfbaan Brunssum. Thema: sport, adventure, verblijfsrecreatie, nader in te vullen.	Gemeente Brunssum, ondernemers
		'Groene' cluster kasteel Wijnandsrade. Thema: landwegen, natuur, paardrijden, wandelen en fietsen.	Gemeente Nuth, ondernemers
		'Groene' cluster Kasteel Hoensbroek / Geleenbeek. Thema: middeleeuwen, stadsmoeras.	Gemeente Heerlen, ondernemers
		'Groene' cluster Archeologisch Landschapspark Voerendaal. Thema: Romeins verleden.	Gemeente Voerendaal, ondernemers
		'Groene' cluster Land van Kalk. Thema: kalkoven, steengroeve, wijnbouw.	Gemeente Voerendaal, ondernemers
		'Groene' cluster station Simpelveld / ZLSM / Bungalowpark / Natuurtransferium. Thema: Historische spoorlijn, verblijfsrecreatie, nader in te vullen.	Gemeente Simpelveld, ondernemers
		'Groene' cluster Eurodepark Kerkrade. Thema: spiritualiteit.	Gemeente Kerkrade, ondernemers
'Groene' cluster Kasteel Schaesberg en omliggend gebied (Haesdal) Thema: Middeleeuwen.	Gemeente Landgraaf, ondernemers		
'Groene' cluster Brunsummerheide. Thema: natuur.	Gemeenten Brunssum, Landgraaf en Heerlen, ondernemers		

Prioriteit	Maatregel	Projecten en initiatieven	Uitvoering door
		'Groene' cluster Schutterspark. Thema: familiepark.	
		'Groene' cluster Natuur en Landschapspark Rodebach/Roode Beek. Thema: beken en moerassen.	Gemeente Brunssum, ondernemers
	B. Aanbrengen verbindingen	Ontwikkelen en realiseren Parkstad Limburg Leisurering	Parkstad Limburg, Provincie en gemeenten
		Ontwikkelen en implementeren verbindende arrangementen	Ondernemers
		Ontwikkelen en implementeren Romeins verleden en Via Belgica als verbindend thema	Diverse partijen
		Ontwikkelen en implementeren van het Mijnverleden als verbindend thema	Platform 'De Mijnen', Nederlands Mijnmuseum, diverse andere partijen
		Ontwikkelen en implementeren Parkstad Festivalstad als verbindend thema	Diverse partijen
	C. Vermarkten profiel	Promotie door VVV en SVL en	VVV Zuid-Limburg
		Promotie door Parkstad Attractief	Parkstad Attractief
	Prioriteit 2: Versterken positie van Zuid-Limburg in de Euregio	A. Marktbewerking in Duitsland en België	Marketing door VVV en SVL
Marketing door Parkstad Attractief			Parkstad Attractief
B. Mede uitvoeren programma voor Zuid-Limburg		Voor de projecten en initiatieven wordt verwezen naar het programma voor Zuid-Limburg. Dit programma wordt naar verwachting begin 2010 uitgebracht en door de betrokken partijen vastgesteld	Diverse partijen uit Zuid-Limburg
Prioriteit 3: Versterken positie Euregio in Europa	A. Aansluiten op initiatieven van derden	Maastricht Culturele Hoofdstad 2018	Gemeente Maastricht Diverse overige partijen uit de Euregio
		TIGER (vervolg Groenmetropool)	Diverse partijen uit de Euregio

10. Financiering van het programma

Voor de uitvoering van de projecten en initiatieven zijn uiteraard middelen nodig.

Uitgangspunt is dat de verschillende projectuitvoerder(s) zelf zorg dragen voor de financiering van hun respectievelijke projecten. Waar nodig en gewenst kan Parkstad Limburg de projectuitvoerder(s) bijstaan in het verwerven van financieringen door derden. Inzet van regionale middelen is hierbij niet aan de orde zijn.

Voor algemene programmakosten alsmede voor de projecten waar Parkstad Limburg aangemerkt is als coördinator of als(één van de) projectuitvoerders, zal inbreng van regionale middelen vereist zijn. Het bedrag dat hiervoor nodig is wordt vooralsnog geraamd op in totaal € 300.000,-, i.c. € 75.000,- per jaar.

Voor 2010 is de financiering (via het nog lopend programma) reeds geregeld, te weten: € 50.000,- via de begroting van Parkstad Limburg en € 25.000,- via de regionale initiatieven (€ 26.067,- inclusief de bijdrage van gemeente Nuth).

Omdat dit onderwerp tot de strategische agenda behoort, zal worden bezien of de financiering voor 2011 en later kan plaatsvinden via het, in het kader van het Pact van Parkstad, nog te vormen regiofonds

11. Monitoring van het programma

Het is van belang om de uitvoering van het programma te volgen. Dit zal gebeuren door twee tot drie keer per jaar te rapporteren over de voortgang van de verschillende projecten en initiatieven. Bij stagnaties zullen initiatieven worden genomen om deze op te lossen. Hiervoor is uiteraard de medewerking van de projectuitvoerders nodig.

Hiernaast zal, gebruik makend van bestaande metingen (o.m. vestigingenonderzoek, meting bestedingen) worden nagegaan hoe de sector zich ontwikkelt in termen van o.m. werkgelegenheid, bestedingen, overnachtingen en bezoekers.

Overzicht toeristische voorzieningen en evenementen

In onderstaand tabel zijn (niet limitatief) de onderscheidende elementen van het huidig toeristisch-recreatief product Parkstad Limburg opgesomd met de bijbehorende marktwaardering. Hierbij is tevens aangegeven wat de uitbouwmogelijkheden ervan zijn.

Attracties / toer. voorzieningen	Waardering	Uitbouwmogelijkheden
Baalsbruggermolen (Infopoint)	++	
Botanische tuin en diverse andere (openbare) parken en (particuliere) tuinen	++(+)	Kwalitatieve opwaardering, toegankelijk maken via goede info, bijzondere evenementen, samen met andere tuinen en VVV: regionale profilering als 'tuinenregio'
Boerderijmuseum Schimmert	++(+)	Organisatie van themadagen.
Bozzini (heropening)	++	Heropening in najaar 2009. Verwachting marktwaarde: nog onvoldoende zicht op.
Brunssummerheide	+++	
Continium Discovery Center	+++++	Belangrijke productvernieuwing onlangs gerealiseerd. Eerst bestendigen en spraakmakende tijdelijke tentoonstellingen realiseren. Op termijn verdere uitbouw (Minestone).
Culinair en Uitgaan	++	Zowel kwalitatieve als kwantitatieve uitbouw en thematisering qua product en presentatie nodig.
Culturele instellingen zowel met hardware aanbod als software aanbod	+++(+)	Meer vermarkten van cultuuragenda o.a. via opzet van Uitburo Parkstad (als onderdeel van Nederlands Uitburo -> contentbeheer via VVV Zuid-Limburg).
Diverse monumenten, molens, kerken en kastelen	++++	Kwaliteitsimpuls, waar mogelijk nog toegankelijk maken voor publiek, (kleinschalige) evenementen.
ELZC (Eerste Limb. Zweefvlieg Club)	+++	Meer voor toeristen toegankelijk maken.
Euregio Bazaar Zwarte Markt Brunssum	+++	
Explorion	+++	Vernieuwing aanbod en uitbouw activiteiten.
GaiaPark Kerkrade Zoo	+++++	Fase 2 onlangs gerealiseerd evenals 'Hof van Gaia'. Eerst bestendigen alvorens fase 3 te realiseren.
Grensoverschrijdend landschapspark Rode Bach/Rode Beek	+++	Bezoekerscentrum onlangs gerealiseerd. Verdere uitbouwmogelijkheden, o.m. voor Nonke Busjke.
Hoeve Scholtissenhof	++	
Kasteel Hoensbroek	+++++	Het aanbod wordt verder versterkt.
Kinderstad Heerlen	++	
Klimcentrum Neoliet	++(+)	Verdere uitbouw actief programma.
Megaland met activiteiten en evenementen	++++(+)	O.m. door het aantrekken van spraakmakende festivals.
Mijnkolonieën, Mijnmuseum en overige restanten mijnverleden	+++(+)	Verder benoemen, 'toegankelijk' maken en in de markt zetten. Mijnmuseum uitbouwen en aan mijnverleden gelieerde evenementen organiseren. Platform de Mijnen regionaliseren.
Natuurtransferium Simpelveld	++	
Openbare Golf Brunssum	+++	
Parkstad Limburg Stadion, Roda	++++(+)	Groei naar een totaalproduct voor sport en leisure met name gericht op 'jongeren'.
Peutz Architectuur	+++(+)	Benoemen en 'toegankelijk' maken.
Rolduc	+++++	Middeleeuwse driehoek, Eurode Park (incl. golfbaan).
Romeins Erfgoed	+++++	Romeinse Villa Voerendaal = de grootste Romeinse Villa van Noordwest Europa, Via Belgica, Romeinse villa Kerkrade, Sarcofaag Simpelveld, Thermen Museum Heerlen.
Routes Groenmetropool		Meer in de markt zetten, samen met België en Duitsland.
Schacht Nulland	++(+)	Mijnhistorie-pad naar Continium, meer 'toegankelijk' maken.
SCHUNCK* Glaspaleis	++++	Verdere invulling als 'cultuurhuis'.
Schutterspark, Minihaven Brunssum, Blote Voetenpark	+++(+)	Toevoegen activiteiten (o.m. boomkronenpad), benutten pompgebouwen en meer evenementen organiseren.
SnowWorld	+++++	Hotel gerealiseerd. Uitbreiden met o.m. een bobsleebaan, en/of een klimpark.
Sport- en Leisure Park	+++	Verwachting marktwaarde: nog onvoldoende zicht op.

Stads- en themawandelingen	+++(+)	Thema's uitbouwen.
Thermen museum	++++	Vernieuwing aanbod.
Wandel- en fietspaden en thematisering routes	++++	Productontwikkeling, info en regionale uitbouw i.s.m. de andere gewesten + Euregio (o.m. Groenmetropool).
Wereldtuinen Mondo Verde	+++++	Gaat zich meer richten op kinderen, o.m. door kinderattracties toe te voegen.
Wijnbouw	+++	Benoemen en meer 'toegankelijk' maken.
Woonboulevard	++++(+)	Net uitbreiding achter de rug, wellicht evenementen op terrein.
ZLSM	++++(+)	Doorontwikkelen van het concept "historische spoorlijn", uitbouwen thematische activiteiten.

Evenementen		
Activiteiten Glaspaleis	+++	
Ballon festival	++	
Booch?	++++	
Charles Hennen Concours	++++	Meer toegankelijk maken voor een breder publiek.
Corio Tropical, Parelmarkt Brunssum, Terwinseler Jaarmarkt e.a.	++	
Cultura Nova	+++++	
Cyclo Cross Heerlen	+++	
Dag van het park, Parkstad	+	
Diverse kleinschalige evenementen	+	
Diverse sportevenementen	++	Profiel kiezen.
Euriade Festival	+++	Meer toegankelijk maken voor een breder publiek.
Heerlen Jazzt	++(+)	Is nog sterk in ontwikkeling. Heeft grote potenties.
Koopzondagen centra gemeenten en Woonboulevard	+++(+)	
Limburgs Mooiste	++++	
Orlando Festival	++++	Meer toegankelijk maken voor een breder publiek.
Parade Brunssum	+++++	Versterken marketing en PR, bredere regionale inbedding.
Parelloop Brunssum	+++	
Pinkpop	+++++	
Pinkpop Classic	++++	
Poëzie Festival Landgraaf	+++	
Profronde Heerlen	++++	
Taptoe Heerlen	++++	Versterken marketing en PR, bredere regionale inbedding.
The Notorious IBE (International Breakdance Festival)	+++	Is nog sterk in ontwikkeling. Heeft grote potenties.
Voorstellingen Parkstad Limburg Theaters	++++	
Wedstrijden Roda	++++	Aantrekkelijker en toegankelijker maken voor toeristen.
WMC	+++++	Versterken marketing en PR, bredere regionale inbedding.

+ Lage marketingwaarde (als wervingstopic)

++ Matig van waarde

+++ Gemiddelde marketing waarde

++++ Hoge marketingwaarde

+++++ Top waarde, imago dragers

SWOT-analyse

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none"> • Algemeen <ul style="list-style-type: none"> o Centrale ligging in de Euregio o Sterke oriëntatie op Duitsland o Markante grensoverschrijdende projecten o Vriendelijke en gastvrije bevolking met een hoog organiserend vermogen en een sterke eigen identiteit (dialect, aard) o Rijk mijnverleden o Sterk Romeins verleden o Avantis met focus op Nieuwe Energie o Vele high traffic punten o Uiteenlopende belevingen in alle seizoenen • Dagattracties <ul style="list-style-type: none"> o Enkele sterke dagattracties met nationale uitstraling o Grote concentratie op Gravenrode o Grote diversiteit (voor verschillende doelgroepen; alle leden van het gezin) • Verblijfstoerisme <ul style="list-style-type: none"> o Enkele kenmerkende accommodaties (Rolduc, Terworm, Winselerhof, Brughof, Huize Damiaan) o Een sterke concentratie van verblijfstoerisme in het Heuvelland (zoekgebied voor dagtoeristen) • Horeca en amusement <ul style="list-style-type: none"> o Het aanbod is ruim en heel divers (o.m. meerdere schouwburgen, theaters en bioscopen, Megaland, het Parkstad Limburg Stadion en omgeving, bioscopen, stadscentra, bijzondere cafés) • Detailhandel <ul style="list-style-type: none"> o Sterke woonboulevard, grote naamsbekendheid o Veel aanbod, vooral in het middensegment o Goede betaalbare parkeervoorzieningen • Cultuur (hardware) <ul style="list-style-type: none"> o Veel aanbod, niet alleen in de steden maar ook in de omliggende dorpen (Schunck* Glaspaleis, Stadsgalerij, Mijnmuseum, kastelen, musea, Romeins verleden, ZLSM, oude dorpen en boerderijen, mijnarchitectuur) o Relatief veel kunstenaars o Relatief sterk aanbod aan moderne architectuur • Cultuur (software) <ul style="list-style-type: none"> o Veel en kwalitatief hele sterke evenementen met nationale en internationale uitstraling (Cultura Nova, WMC, Parade Brunssum, Pinkpop) o Redelijk divers cultureel aanbod met een "kleine c" o Avant-gardistisch karakter van sommige evenementen • Landschap en ruimtelijk aanzicht <ul style="list-style-type: none"> o Vele hele bijzondere plekken (Brunsummerheide, Strijthagen, Anstellersbeekdal, Rode Bach/Rode Beek) o Heel mooi landelijk buitengebied, plekken met mooie uitzichten op het stedelijk gebied o Mooie interactie stad – landelijk gebied • Verkeer, bereikbaarheid en routestructuren 	<ul style="list-style-type: none"> • Algemeen <ul style="list-style-type: none"> o Parkstad wordt door sommigen als 'liggend in een uithoek' ervaren o Parkstad Limburg is een beleidsmatig gebruikte naam en nog geen formele gebiedsaanduiding dat voorkomt op kaarten en in navigatiesystemen o Parkstad Limburg heeft nog onvoldoende 'gezicht' voor de buitenstaanders o De aanstaande krimp kan Parkstad een iets negatief getint imago bezorgen • Dagattracties <ul style="list-style-type: none"> o Nog onvoldoende massa op Gravenrode o Nog onvoldoende bekendheid • Verblijfstoerisme <ul style="list-style-type: none"> o Nog onvoldoende ontwikkeld, zit nog niet in het profiel o Ontbreken Bed & Breakfast o Versnippering, onvoldoende samenhang, ook op de schaal van Zuid-Limburg o Nog onvoldoende samenwerking met het Heuvelland • Horeca en amusement <ul style="list-style-type: none"> o Het Bourgondisch karakter komt op vele plaatsen nog niet voldoende tot uiting o Centrum van Heerlen wel verbeterd maar nog onvoldoende attractief o Gebrek aan pleinen en terrassen • Detailhandel <ul style="list-style-type: none"> o Centrum van Heerlen nog onvoldoende attractief (veel leegstand, rommelige structuur, onvoldoende onderscheidend aanbod) • Cultuur (hardware) <ul style="list-style-type: none"> o Aanbod is versnipperd en onvoldoende herkenbaar o Onvoldoende toeristische benutting • Cultuur (software) <ul style="list-style-type: none"> o De evenementen trekken nog te weinig bezoekers van buiten (de bekendheid is te klein) • Landschap en ruimtelijk aanzicht <ul style="list-style-type: none"> o Ontbreken van ecologische verbindingen o Nog te veel gericht op de eigen bevolking o De mooie plekken worden te weinig gecommuniceerd o Ruimtelijk aanzicht op vele plaatsen rommelig o Diverse uitgesproken lelijke gebieden • Verkeer, bereikbaarheid en routestructuren <ul style="list-style-type: none"> o Ondoorzichtige verkeersstructuur, matige bewegwijzering o Matige bereikbaarheid met OV o Matige verbindingen met het Heuvelland o Nog te weinig routestructuren. Met name voor 'wandelen' • Samenwerking <ul style="list-style-type: none"> o Ingewikkelde en tijdrovende overlegstructuren o Zwakke samenwerking tussen attracties enerzijds en verblijfsaccommodaties en horeca in de binnensteden anderzijds o Zwakke samenwerking tussen ondernemers op de schaal van Zuid-Limburg o Autonome positie van VVV Maastricht.

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none"> o Goede externe bereikbaarheid o Goede en efficiënte parkeervoorzieningen o Fiets en wandelroutes • Samenwerking <ul style="list-style-type: none"> o Sterke samenwerking tussen de 7 grote attracties o Goede samenwerking op de schaal van Zuid-Limburg met daarin een centrale rol voor VVV Zuid-Limburg o Goede samenwerking met Duitsland (Grünmetropole, Euregionale 2008) 	

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Algemeen <ul style="list-style-type: none"> o Benutten van de grensligging en de goede externe bereikbaarheid o Benutten van het avant-gardistisch karakter van evenementen en het modernisme in kunst en architectuur o Beter benutten van toplocaties zoals Megaland en het Parkstad Limburg Stadion • Dagattracties <ul style="list-style-type: none"> o Meer attracties op Gravenrode o Verdere clustering dagattracties o Ontwikkeling dagattracties op andere plekken en die het bestaande aanbod completeert en versterkt (waterrecreatie) o Nieuwe mogelijkheden voor grootschalige attracties in oostflank van Brunssum o Versterken van de belevingsaspecten • Verblijfstoerisme <ul style="list-style-type: none"> o Hotels en groepsaccommodaties voor specifieke doelgroepen o Bed and Breakfast concepten o Bungalows of appartementen, bijvoorbeeld rond Sigrano en nabij Gravenrode • Horeca en amusement <ul style="list-style-type: none"> o Meer sfeer, allure en gezelligheid aanbrengen in de huidige voorzieningen (o.m. pleinen en terrassen) o Verbindingen tot stand brengen, sterkere samenwerking met de attracties o Doorontwikkeling centrum van Heerlen als het bruisend cultureel centrum van de regio, sfeervol, attractief en met een eigen moderne stijl o Sterke aanvulling creëren op het aanbod in het Heuvelland o Combinatie sport en amusement • Detailhandel <ul style="list-style-type: none"> o Upgrading van het centrum van Heerlen o Verbindingen aanleggen tussen de bovenregionale winkelcentra en de toeristische voorzieningen • Cultuur (hardware) <ul style="list-style-type: none"> o Het bestaand aanbod beter communiceren en toeristisch benutten o Verder uitbouwen van de 'culturele lente' in Heerlen • Cultuur (software) <ul style="list-style-type: none"> o Betere marketing van de evenementen o Betere toeristische benutting o Meer sportevenementen organiseren, gerelateerd aan het aanbod aan accommodaties 	<ul style="list-style-type: none"> • Algemeen <ul style="list-style-type: none"> o Krappe financiële armslag gemeenten o Hoge gevoeligheid voor conjunctuur o De kwaliteit van de dienstverlening/gastvrijheid staat onder druk o De in gang gezette vergrijzing en krimp zal leiden tot meer krapte op de arbeidsmarkt • Dagattracties <ul style="list-style-type: none"> o Komst grootschalige attracties in de nabije omgeving • Verblijfstoerisme <ul style="list-style-type: none"> o Blijvende aantrekkelijkheid vergt een voortdurende product vernieuwing met dito hoge investeringen o Relatief kleine rendementen door lage productiviteit (lage bestedingen, lage bezetting op jaarbasis) o Kwantiteit verblijfstoerisme in het Heuvelland staat onder druk o Er wordt onvoldoende vernieuwd en ingespeeld op de behoeften van de verblijfstoerist • Horeca en amusement <ul style="list-style-type: none"> o Grootschalige amusement in de nabije omgeving (Duitsland, Valkenburg, Maastricht, België) • Detailhandel <ul style="list-style-type: none"> o Groeiend aantal grote winkelcentra over de grens o Inkrimping voorzieningen in kleine kernen • Cultuur (hardware) <ul style="list-style-type: none"> o Onvoldoende middelen om het cultureel erfgoed op te knappen en te behouden o Behoud van beeldbepalende carréboerderijen na bedrijfsbeëindiging agrariërs staat onder druk • Cultuur (software) <ul style="list-style-type: none"> o Gebrek aan financieringsmiddelen voor o.m. de uitbouw en marketing van evenementen • Landschap en ruimtelijk aanzicht <ul style="list-style-type: none"> o Erosieproblematiek o Imago te veel bepaald door de lelijke gebieden • Verkeer, bereikbaarheid en routestructuren <ul style="list-style-type: none"> o Onvoldoende onderhoud routestructuren (wordt opgepakt) • Samenwerking <ul style="list-style-type: none"> o Onderlinge concurrentie o Te veel oog voor het eigen belang en te weinig voor het gemeenschappelijk belang

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> o Benutten van de sterke concentratie van kunstenaars • Landschap en ruimtelijk aanzicht <ul style="list-style-type: none"> o Beter benutten van de verscheidenheid o Fiets en wandeltoerisme o Meer natuurtoerisme o Ontwikkelen geosites met beleving o Verwerving titel 'Nationaal Landschap' voor Zuid-Limburg • Verkeer, bereikbaarheid en routestructuren <ul style="list-style-type: none"> o Toeristisch benutten nieuwe binnen- en buitenring o Organiseren attractieervoer van en naar het Heuvelland o Ontwikkelen bewegwijzerde en/of beschreven routes (kunstroutes, monumenten routes, architectuurroutes) o Inspelen op ICT-ontwikkelingen • Samenwerking <ul style="list-style-type: none"> o Meer halen uit de samenwerking tussen attracties en verblijfsaccommodaties o Meer halen uit de samenwerking tussen de ondernemers op de schaal van Zuid-Limburg o Meer samenwerking met Maastricht o Meer grensoverschrijdende samenwerking (zoals Grünmetropole) 	

Belangrijkste trends & ontwikkelingen in de vrijetijdssector

(bron: VVV Zuid-Limburg)

Type ontwikkeling	Beschrijving ontwikkeling/trend
Algemene ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - Globalisering, alles heeft met alles te maken - Klimatologische veranderingen - Internationalisering - Veranderende demografische structuren - Een nieuw, onbekend, Europa (diverse nieuwe lidstaten) - Een 'wisselvallige' economie op alle niveaus - Lagere overheden continue 'in reorganisatie' (door dualisme en bezuinigingen) - Aziatisering - Aandacht voor duurzaamheid, cradle to cradle
Demografisch en algemeen	<ul style="list-style-type: none"> - Ouder worden maar jonger voelen - 'De wereld is mijn thuis' - Multiculturele samenleving - De toekomstige mens is sterk op gezondheid gericht - Snel veranderende samenstelling van huishoudens en een nieuw soort 'gezinnen' - Meer comfort en gemak - Nieuwe woon- en recreatievormen - Zorg om natuur en behoefte aan natuur (of iets wat daarop lijkt)
Economisch	<ul style="list-style-type: none"> - Meer markt(be)werking - Tijdsbesparende producten & diensten - Grotere betekenis vrije tijd en wens naar meer variëteit aan vrijetijds mogelijkheden - Ruimtelijke integratie van arbeids- en vrije tijd activiteiten - Vercommercialisering overheidsproducten en -diensten - Betaling voor toegang tot de natuur - Beter prijs-/kwaliteitsverhoudingen - Bereid tot betaling voor meer comfort en functionaliteit
Sociaal-cultureel	<ul style="list-style-type: none"> - Grote waardering voor en zoektocht naar authenticiteit en nostalgie (ook op het vlak van industrie of mijnbouw) - Stelt zich steeds vaker de vraag: 'Waartoe zijn wij op aarde...' - "Zap"-gedrag in ieder denkbaar opzicht (dus ook in relaties en interesses) - Nieuwe sociale structuren (clannen, cocoonen, ik...alleen, maar toch happy) - Bewustere consumptie, de multi-functionele consument weet veel, wil veel en doet wat 'ie wilt - Ervaringen als leidraad (beleven!) - Beter lichamelijke verzorging (I love my body) - Graag alles 'op maat' (niet alleen 'producten', maar ook relaties) - Emotie en sensatie mag - S.v.p. een gegarandeerde veiligheid - 'SOS' (Save Our Society) - Meer in minder tijd (toename consumptie-intensiteit en afname tijdsintensiteit)
Technologisch	<ul style="list-style-type: none"> - steeds meer toepassingen voor alternatieve energie - verdere integratie van de 'electronic highway' in de samenleving. Internet wordt nog belangrijker bij keuze en boeken van vrije tijd - groei behoefte aan betrouwbare informatie - nieuwe techniek gericht op 'tijd besparen' en 'gemak' (meer en beter) - nieuwe en/of geavanceerde, vervoersmogelijkheden en -concepten
Belevis economie en zijn emotionele markt	<p>Aspecten als de verpakking, memorabele ervaringen opdoen/met elkaar delen en het verhaal achter het product worden belangrijker dan de gebruikswaarde van het product zelf! In een wereld van chaos en overvloed zijn mensen op zoek naar affectie. Je kunt mensen 'pakken' als het verhaal achter het product is gebaseerd op aspecten die inspelen op/refereren naar de behoefte aan 'avontuur', 'saamhorigheid', 'gemoedsrust', 'verzorging/gezondheid', imago's en overtuiging.</p>

Type ontwikkeling	Beschrijving ontwikkeling/trend
	<p>Deze beleveniseconomie betekent een complete verandering in het traditionele marketing denken. Niet het product, de prijs, promotie en/of plaats staan centraal, maar de communicatie van de 'unieke belevenis'! We spreken ook niet meer zozeer over doelgroepen, maar over mensen die zich thuis voelen c.q. herkennen bij een 'gedachten goed' en/of bij het verhaal achter het product. De uitdaging bestaat erin om een product, activiteit of gebied neer te zetten als "een belevenis"!</p>
<p>Aanbod ontwikkelingen verblijfsector</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Productverbreding, waardoor meer mengvormen - Toename verhuur accommodaties en daling bezit recreatiemiddel m.a.g. gevarieerder vakantiepatroon - Concentratie van vakanties op parken rond topweden - Meer gezamenlijk gebruik van voorzieningen (inwoners én gasten) - Meer ketensamenwerking - Toenemende ruimtebehoefte verblijfsrecreatie a.g.v. dalende gemiddelde bezetting per eenheid en vraag naar grotere plaatsen - Toenemende vraag naar groepsaccommodaties voor m.n. kleinere groepen met meer luxe en meer privacy - Toename dorpsshotels en herbergen - Toenemende behoefte aan gespreide vormen van verblijf waarbij de koppeling met het omliggende landschap of natuur centraal staat - Toename korte vakanties in m.n. voor- en najaar
<p>Aanbod ontwikkelingen dagrecreatie en vrije tijdsbesteding</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Toename buitenrecreatie en vraag naar gevarieerder netwerk aan routes - Verder ontwikkeling en specialisatie dagattractie punten, waarbij accent verplaatst van alsmear steeds harder, hoger, enger, naar authenticiteit en verbeelding - Ligging van dagattracties in nabijheid van andersoortige voorzieningen wordt belangrijker (om verschillende dingen tegelijk te kunnen doen) - Concentratie van modegevoelige attracties, waardoor sneller op trends kan worden ingespeeld - Vervagen van de scherpe scheiding tussen verschillende functies. Bijv. detailhandel als toeristische attractie ("fun shopping"), agrotourisme, e.a. - Toenemende belangstelling voor natuurwandelingen onder leiding - Toename indoor speeltuinen - Toename 'verwen-arrangementen' en 'weldaadtoerisme' - Behoefte aan dorpse gezelligheid - Nieuwe vormen van natuurlijke recreatie, al dan niet met educatief karakter (bijv. kinderspeelbos, struinnatuur,...) - Landgoederen die door ontsluiting nieuwe attracties worden - Agrotourisme als volwaardige bedrijfsvorm door tal van nieuwe formules en productverbreding

Korte beschrijvingen van de projecten en initiatieven

Prioriteit 1, Maatregel A, Realiseren 'rode' en 'groene' cluster

Initiatief of project	'Rode' cluster Woonboulevard
Achtergrond en omschrijving	Woonboulevard Heerlen (WBH) onderscheidt zich met het thema wonen van de stads(deel)centra van Parkstad en zeker van andere retailparken. Het is de grootste woonboulevard van Europa (120.000 m ²) en herbergt bijna 40% van alle woonretail in Zuid-Limburg. In november 2008 heeft de WBH een visie gepresenteerd met als doel meer in te spelen op te verwachten trends en op woonbeleving. Hierbij staat niet kwantiteit meer kwaliteit voorop. Deze beleving moet tot uitdrukking komen in een mix van grootschalige maar ook van minder grootschalige winkels, in de aankleding en sfeer maar ook in de marketing (WBH woonautoriteit, beleving vertalen in inhoudelijke, objectieve boodschappen zodat de consument met trends, tips en ontwerp mogelijkheden in zijn of haar woonontwikkelp proces geholpen wordt). Deze visie zal in clusterverband aangescherpt en aangevuld moeten worden. Concreet zou dit kunnen door slimme concepten te bedenken die inspelen op beleving, bijvoorbeeld door 'proefslapen' van het te kopen bed aan te bieden in de vorm van een overnachting in een hotel op de WBH. Verder is WBH lid van Parkstad Attractief. Door nog intensiever samen te werken, gaan consumenten/toeristen mogelijk langer in de regio verblijven (bezoekers meer informeren over het toeristisch product Parkstad). Een andere ontwikkeling binnen de WBH is de aanleg van de light-rail verbinding met het centrum (bezoekersstromen). Het uit te werken thema is: woonshopping en aan wonen gerelateerde leisure.
Uitvoering door	Gemeente Heerlen, vereniging/manager Woonboulevard, ING real estate?, Bastion Hotel
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010 Realisatie vanaf 2011
Initiatief of project	'Rode' cluster Parkstad City
Achtergrond en omschrijving	Het centrum van Heerlen vervult momenteel een centrumfunctie voor shoppen en cultureel aanbod. Voor de doorontwikkeling tot een hoogstedelijk centrum ('rode' cluster) kan – hierop aansluitend – aan de volgende elementen/maatregelen worden gedacht: <ul style="list-style-type: none"> • Retail, cultuur en kleinschalig uitgaan versterken; • Het museale/culturele aanbod aantrekkelijker maken (beleving toevoegen); • Stadshotels positioneren als cityhotels. • Openbare ruimte aantrekkelijker maken in samenhang met • Citymarketing (Parkstad), imago versterken Wandel- en fietsroutes door de stad en omliggende regio kunnen 'pareltjes' verbinden. De uit te werken thema's zijn o.m: funshopping, cultuur / cultureel erfgoed, uitgaan in een aantrekkelijk centrum voor Parkstad Limburg.
Uitvoering door	Gemeente Heerlen (centrumteam, beleidsmedewerkers, communicatie, evenementenbureau, cultuur), Centrummanager, Schunck*, Historisch Goud, Mijnmuseum, Horeca, Retail, contactpersonen diverse Evenementen, Hotels, VVV
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010 Realisatie vanaf 2011 (veel verschillende partijen/belangen/processen)
Initiatief of project	'Rode' cluster SnowWorld / Megaland / Sport & Leisurepark
Achtergrond en omschrijving	De sportieve omgeving Gravenrode (Snowworld, Megaland en Sport & Leisurepark) kent een hoog "active" gehalte. Het is een doe omgeving. Sporten en bewegen in een veilige omgeving zijn hier de trefwoorden. Jong en oud heeft hier de mogelijkheid gratis of tegen betaling te bewegen en/of te sporten. Het sport & Leisurepark biedt vele mogelijkheden waarbij wordt ingezet op vernieuwend

	<p>sportaanbod. Onlangs is een officieel BMX parcours in gebruik genomen. Megaland beschikt over een 1600 meter lange wielervedbaan. (Recreatieve) fietsers kunnen hier terecht. Handbike, tandemfietsen en jeugdtrainingen zijn hier mogelijk. Vanuit het gebied bestaat ook de mogelijkheid gebruik te maken van de officiële mountainbikeroute die door Discovery is uitgezet. Snowworld beschikt over werelds langste indoorskibaan. Ook het fitnesscentrum beschikt over de meest geavanceerde apparatuur. Megaland is tevens evenemententerrein waar hele bijzondere en landelijk bekende evenementen plaatsvinden zoals Pinkpop e.d.</p> <p>Door intensief met elkaar samen te werken en creatieve verbindingen te leggen kan er winst worden behaald. Meerdaagse fiets/ ski arrangementen, een sportief weekeinde in Snowworld of een sportief bedrijfsuitje? Creativiteit en samenwerking maken het mogelijk. Hoe kun je de bezoeker Pinkpop (die drie dagen kampeert) op het Snowboard krijgen?</p> <p>Opdracht is door samenwerking het gebied Gravenrode uit te laten groeien tot tot een van de meest gerenommeerde leisuregebieden van Nederland.</p>
Uitvoering door	Gemeente Landgraaf, SnowWorld, Megaland, Sport & LeisurePark, Overste Hof, ...
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010 Realisatie vanaf 2011

Initiatief of project	'Rode' cluster Parkstad Limburg Stadion
Achtergrond en omschrijving	<p>Doel van dit project is om het Parkstad Limburg Stadion en omgeving uit te bouwen tot een samenhangend geheel rond het thema "Sport en Leisure". Met het stadion zelf, het Fair Play Center, discotheek Bozzini en Sportwinkel Decathlon zijn reeds enige elementen van het concept aanwezig. De realisatie van een hotel (in aanbouw) en een Megabioscoop (nog onzeker) zal dit aanbod verder versterken. Mogelijk zal het aanstaande onderzoek van BRO naar de Retailstructuur ook aanknopingspunten kunnen bieden.</p> <p>In het proces van clustervorming zullen de betrokken partijen nagaan hoe het thema verder uitgewerkt kan worden door de toevoeging van nieuwe elementen en door versterking van de synergie in het bestaande aanbod.</p>
Uitvoering door	Gemeente Kerkrade, Wyckerveste, Roda JC, Bozzini, Decathlon, Fair Play Center, ...
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie in de periode 2010 – 2015.

Initiatief of project	'Rode' cluster GaiaPark / Kasteel Erenstein / Hotel Brughof / Anstelvallei
Achtergrond en omschrijving	<p>Centrale spelers in dit cluster zijn GaiaPark en Camille Oostwegel Châteauhotels en –Restaurants. Deze partijen werken al samen in het concept "Hof van Gaia" (Confereren in de Dinodome, logeren in de Brughof en dineren in kasteel Erenstein.) Daarmee heeft het cluster al een start gemaakt. In het kader van dit project zullen de betrokken partijen nagaan hoe dit cluster verder uitgebouwd en versterkt kan worden, o.m. door nieuwe functies voor de te restaureren Hoeves Nieuw Erenstein en Klarenanstel erbij te betrekken. Hiernaast zal worden gezien hoe de Anstelvallei als geheel en specifiek ook de Cranenweijer in het concept ingevlochten kunnen worden.</p>
Uitvoering door	Gemeente Kerkrade, GaiaPark, Oostwegel ChâteauHotels,
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Vanaf 2012 moet er sprake zijn een volwaardig 'rood' cluster.

Initiatief of project	'Rode' cluster Continium / Minestone / ZLSM
Achtergrond en omschrijving	<p>Continium en Miljoenenlijn werken al samen in de vorm van gezamenlijke arrangementen en themadagen (Stoomtreinen/Stoommachines, Thomasdagen). Beide partijen zijn op zoek naar mogelijkheden om die samenwerking te intensiveren en meer inhoud te geven (Historie, Reis in de Tijd,.enz.).</p> <p>Continium is daarnaast - met steun van de provincie - bezig met een onderzoek naar de mogelijkheden om zijn science center activiteiten uit te bouwen in het project Minestone. Daarbij wordt ook gezocht naar synergie (bijv. met de ontwikkelingen op Avantis) en samenwerking (GaiaPark). Ook de mogelijkheden van een thematische</p>

	verblijfsaccommodatie worden in dit onderzoek betrokken.
Uitvoering door	Provincie, Gemeente Kerkrade, Continium, Miljoenenlijn.
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie in de periode 2010 – 2015

Initiatief of project	'Rode' cluster Mondo Verde / WaterWorld
Achtergrond en omschrijving	Spelers in deze cluster zijn de bestaande wereldtuinen Mondo Verde en het nog te ontwikkelen Waterworld. Mondo Verde is een stijlvol park waar de fraaiste modeltuinen worden geëtaleerd. Het park blijft in ontwikkeling waarbij nog steeds wordt gezocht naar het beste concept. Doel hierbij is de unieke bezoeker te verleiden tot een tweede en derde bezoek. Ook de doelgroep kinderen wordt hierbij niet oog het oog verloren. Het concept Waterworld is vernieuwend en spraakmakend. Ook verblijfsaccommodaties worden hier ingebouwd. Het recreëren in een wateromgeving is voor Nederland nieuw. Het zal het gebied Gravenrode nog aantrekkelijker en uitdagender maken. Opdracht is beide ondernemingen voor een brede groep aantrekkelijk te maken. Combiarrangementen behoren tot de mogelijkheid. Het langer verblijven in het gebied moet kansen bieden voor beide parken.
Uitvoering door	Gemeente Landgraaf, mondo Verde, WaterWorld, ...
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010 Realisatie vanaf 2011

Initiatief of project	'Rode' cluster Groeve Sigrano
Achtergrond en omschrijving	Het zandgroevegebied Sigrano staat bekend om het fijne zilverzand dat aldaar gewonnen wordt. Het zand wordt verwerkt tot verschillende hoogwaardige materialen die hun toepassing vinden in bijvoorbeeld de ruimtevaart. Het gebied ligt aan de rand van Heerlen, eigenlijk centraal tussen het centrum en het natuurlijke buitengebied in de vorm van de Brunssummerheide. Het doel van de ontwikkelen visie is om het gebied te transformeren in een aantrekkelijk gebied waar (hoogwaardig?) wonen hand in hand gaat met recreatie. Openwaterrecreatie met bijliggend dagstrand en horeca-aangelegenheid zou een invulling kunnen zijn. Dit moet wel nog geconcretiseerd worden. Omdat het gebied tussen centrum en buitengebied ligt kunnen beide verder door een goede routestructuur (infrastructuur) ontsloten worden.
Uitvoering door	Gemeente Heerlen, Sigrano, potentiële ondernemers
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed 2011 - 2012 (lange termijn ontwikkeling) Realisatie vanaf 2012 - 2015

Initiatief of project	'Rode' cluster Oostflank Brunssum / Openbare golfbaan Brunssum
Achtergrond en omschrijving	De Oostflank is een bovenregionale programmatische ontwikkeling van een gebied dat voor de gehele regio van belang kan worden. De thema's Werken/leven/cultuur/sport/ontspanning/avontuur uit de gemeentelijke nota Toerisme en recreatie zijn zeer geschikt om hier neer te zetten. Natuurlijk aangevuld met de Parkstad thematiek; nieuwe energie, duurzaamheid en werkgelegenheid. Het moet een mix worden van bedrijvigheid ingebed in een groene omgeving, goed bereikbaar via de Parkstadring. De gemeente Brunssum zal alles in het werk stellen om deze toevoeging van bedrijvigheid te realiseren. In dit kader zijn de volgende ontwikkelingen van belang: <ul style="list-style-type: none"> • de geplande aanleg van de Parkstadring; • de aanstaande afwerking van de groeve Mourik; • de ontwikkeling van het Heidenatuurpark; • de opwaardering van het Schutterspark en de golfbaan Brunssummerheide; • de renaturering van de Rode Beek; • de Revitalisering van het Schutterpark (onder meer blote voetenpad, boomkronenpad, bijbehorende horeca, speelstrandje).

	Deze ontwikkelingen bieden een unieke kans om te kunnen komen tot een kwalitatieve opwaardering en herontwikkeling van het totale gebied Oostflank, zowel ruimtelijk als maatschappelijk en economisch.
Uitvoering door	Gemeente Brunssum, Openbare golfbaan, private partijen
Planning	De uitwerking van dit cluster start eind 2010

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Kasteel Wijnandsrade en omliggend gebied
Achtergrond en omschrijving	Kasteel Wijnandsrade is een van oorsprong in de 16 ^e eeuw gebouwd kasteel met kasteelhoeve, prachtig gelegen aan de rand van het gelijknamige dorp. Sommige gedeelten zijn voor het publiek toegankelijk en in de zomer wordt er op de binnenplaatsen het Cultuur- en Folklorefestival georganiseerd. Het omliggend gebied kenmerkt zich naast een netwerk van wandel en fietspaden, vooral door een onlangs aangelegd netwerk van bewegwijzerde ruiter- en menroutes en een sterke concentratie van maneges. Voorts is er een plan voor de aanleg van een galoppadebaan. Het idee achter dit ‘groene’ cluster is om dit kasteel en omliggend gebied verder uit te bouwen tot een aantrekkelijk gebied voor paarden liefhebbers en beoefenaars van paardensport. Dit kan door de toevoeging van specifiek op deze groep toegeruste voorzieningen zoals verblijven voor ruiter en paard, door een verdere uitbouw van het netwerk van ruiter- en menroutes met verbindingen naar Zuid-Limburg en Euregionaal, de organisatie van aan paarden en paardensport gelieerde evenementen e.d. Daarnaast zal het kasteel worden doorontwikkeld als een fantastisch vertrek/rustpunt voor fietsers en wandelaars.
Uitvoering door	Gemeente Nuth, VVV, ondernemers, KNHS
Planning	Ontwikkelingsvisie: eind 2010 Realisatie: 2011-2015

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Kasteel Hoensbroek / Geleenbeek
Achtergrond en omschrijving	Kasteel Hoensbroek kent een lange geschiedenis en is een van de grootste kastelen van Nederland. Dit imposante waterkasteel geldt als ‘de meest vorstelijke burcht tussen Rijn en Maas’. Kasteel Hoensbroek trekt jaarlijks meer dan 100.000 bezoekers en is lid van Parkstad Attractief. Kasteelbezoek, kinderfeestjes, groepavontuur, schoolbezoek, rondleidingen, trouwen en zaalhuur behoren tot de mogelijkheden. De gedachte wat betreft de te ontwikkelen visie is om een nog krachtiger cluster neer te zetten, met het kasteel als centrum c.q. vertrek- of aankomstpunt in een mooie omgeving (bijv. een stadmoeras/vijver – zo zag het gebied immers vroeger ook uit: een <i>Gebrook</i> waar Geleenbeek, Molenbeek en de Auvermoer samenvloeiden), zodat het nog meer een vertrekpunt wordt voor wandel- en fietsroutes in de omliggende regio (stroomgebied Geleenbeek) met aanpalende activiteiten. De uit te werken thema’s zijn o.m.: middeleeuwen, stadsmoeras, vertrekpunt wandel- en fietsroutes. Twee aansprekende natuurroutes die uitgewerkt kunnen worden zijn: 1) het snelstromende ‘Zilverbeekje’: de Caumerbeek die nabij Kasteel Hoensbroek in de Geleenbeek uitmondt; kenmerkend zijn de watermolens. 2) de Geleenbeek; de langste beek van Nederland. Ontspringt in Benzenrade bij een boerenhoeve en loopt via Nuth, Schinnen en Sittard-Geleen naar Stevensweert, waar zij in de Maas uitmondt.
Uitvoering door	Gemeente Heerlen, Historisch Goud, VVV, andere gemeenten
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010 Realisatie vanaf 2011

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Archeologisch Landschapspark Voerendaal
Achtergrond en omschrijving	Het thema van het te ontwikkelen groene cluster Archeologisch Landschapspark Voerendaal (= werktitel) is cultuurhistorie in een landschappelijke context, waarbij de rode draad wordt gevormd door het Romeins verleden en de landbouw door de eeuwen heen. Huidige en toekomstige elementen voor dit cluster zijn o.m.:

	<ul style="list-style-type: none"> • de golfbaan met verbrede activiteiten (o.m. dag- en verblijfsfuncties); • een nog te realiseren recreatief transferium en bezoekerscentrum als startpunt van diverse fiets- en wandelroutes; • vormen van verbrede landbouw (incl. agrotourisme en streekproducten); • een (gedeeltelijke) reconstructie van de Romeinse villa; • koppelingen met de Via Belgica; • herstelde landschap- en natuurwaarden; • gerestaureerde kastelen en andere gebouwen van cultuur-historische waarde. <p>Partijen zullen zich gezamenlijk inzetten voor de totstandkoming en realisering van een gebiedsontwikkelingsplan, waarin naast recreatieve doeleinden tevens educatieve doeleinden zullen worden nagestreefd.</p>
Uitvoering door	Extern bureau op basis 'no cure, no pay', , Hoenshuis Golf, Vebego/Kasteel Cortenbach, Hoeve Steenenis, kasteel Puth, Hoeve ten Hove, projectontwikkelaar, gemeente Voerendaal.
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie: 2010 - 2015.

Initiatief of project	'Groene' cluster Land van Kalk
Achtergrond en omschrijving	<p>Het Land van Kalk betreft het gebied Kunderberg, Daelsberg, Vrouwenheide, Vrakelberg, Fromberg en kenmerkt zich door hellingen met kalk, kalkvegetatie, graften, voormalige groeven en kalkovens. Een toeristisch-recreatieve ontwikkeling van dit gebied wordt nagestreefd rondom het thema 'kalk' met als mogelijke elementen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • de kalkovens (rijksmonumenten); • een te realiseren kenniscentrum 'Kalk'; • een opnieuw in ontginning te brengen voormalige kalksteengroeve met educatieve en recreatieve doeleinden en productie t.b.v. de restauratie van monumenten; • natuurgebieden (kalkgraslanden) met daarbij behorende flora en fauna (w.o. orchideën, vlinders) en ecologische verbindingen (Natura 2000); • wijngaarden en wijngoederen; • verbindingen met ondernemers (verbrede landbouw); • een of meer dagrecreatieve voorzieningen; • een recreatief transferium tevens startpunt voor verbindende kalkroutes tussen bovengenoemde elementen; <p>Er is reeds een startbijeenkomst geweest en de verwachting is dat partijen spoedig een convenant zullen ondertekenen ter ontwikkeling en realisering van dit cluster.</p>
Uitvoering door	Extern bureau op basis 'no cure, no pay', exploitant steengroeve, wijngoed, herberg, restaurants, agrariërs, eigenaren kalkovens, IKL, gemeente, DLG, provincie
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie: nog in te vullen.

Initiatief of project	'Groene' cluster station Simpelveld / ZLSM / Bungalowpark / Natuurtransferium
Achtergrond en omschrijving	<p>Deze cluster ligt tussen het ZLSM-station en het natuurtransferium 'Poort Mergelland' en het bungalowpark Simpelveld met in het hart het voormalige zwembadterrein, de aangrenzende ligweiden en de zgn. koeienweide. Voor de doorontwikkeling van deze cluster zal ook het gebied van het ZLSM-station, het bungalowpark, de aangrenzende handelsloods en direct belendende percelen en panden in de ontwikkelingsvisie meegenomen worden. Het ontwikkelingsgebied wordt voornamelijk gedekt door het bestemmingsplan Gaasstraat e.o. Om het gebied toeristisch verder te ontwikkelen zijn in het recente verleden reeds een aantal voorstudies gemaakt. Deze dienen als basis voor de doorontwikkeling. Partijen in het gebied zijn met elkaar en de gemeente Simpelveld in gesprek om tot een goede afstemming van de planontwikkeling te komen waarbij naast uitbreiding en upgrading van het bestaande bungalowpark ook nadrukkelijk een versterking van de dagrecreatieve invulling van het plangebied gewenst is. Het gebied wordt gezien als een toeristisch/economische schakel tussen de regio Parkstad Limburg en het</p>

	Heuvelland.
Uitvoering door	Gemeente Simpelveld, ZLSM, Natuurtransferium, Bungalowpark, diverse grondeigenaren
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie: periode 2011 - 2015.

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Eurodepark Kerkrade
Achtergrond en omschrijving	In het kader van <ul style="list-style-type: none"> a. het verstevigen van de economische positie (en daarmee het behoud) van Rolduc, b. het vergroten van de recreatieve mogelijkheden van de inwoners van Kerkrade en Herzogenrath, c. het verbeteren en beschermen van de natuurkwaliteiten van het gebied, is door de gemeenten Kerkrade en Herzogenrath het plan voor de realisatie van een 130 ha. groot park ontwikkeld onder de naam Eurodepark. In dit binationale (NL/D) park wordt door de Stichting Golf de Rode le Duc een 18-holes golfbaan gerealiseerd. Het ontwerp voor het Eurodepark is opgezet aan de hand van de thema's Historische Driehoek (Rolduc, Burg Rode, Baalsbrugger Molen), Mondiale Spiritualiteit en Mijnverleden. Op basis van dit plan zullen de partijen in gezamenlijkheid een ‘groen’ cluster zoals bedoeld in de strategische visie tot ontwikkeling brengen.
Uitvoering door	Gemeente Kerkrade, Rolduc, Golfstichting, gemeente Herzogenrath.
Planning	Ontwikkelingsvisie gereed eind 2010. Realisatie: periode 2010 - 2012.

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Kasteel Schaesberg en omliggend gebied (Haesdal)
Achtergrond en omschrijving	In het kader van de strategische visie "Werken aan het behouden en versterken van de levendigheid, de leefbaarheid en de eigen identiteit" van de gemeente Landgraaf, wordt het project Landgoed Kasteel Schaesberg gerealiseerd. Het kasteel en de bijbehorende hoeve worden op traditionele wijze herbouwd en het omliggende landschap wordt op een passende wijze heringericht. Cultuurhistorische, landschappelijke en natuurlijke waarden worden hersteld en beschermd. Deze waarden worden vergroot door educatie, toerisme en recreatie als bondgenoot hieraan te koppelen.
Uitvoering door	Gemeente Landgraaf, diverse ondernemers, of in de vorm van een Stichting
Planning	Ontwikkelingsvisie: eind 2010 Realisatie: 2011-2025

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Brunssummerheide
Achtergrond en omschrijving	De Brunssummerheide strekt zich uit over drie gemeenten, Heerlen, Landgraaf en Brunssum. Aan de Westkant van het Heidegebied, in de gemeente Heerlen, zijn gelegen het pannenkoekenhuis van natuurmonumenten, de schaapskooi en de sterrenwacht. Aan diezelfde Westkant ligt het verblijfsresort Bronsheim waar zowel koop als huuraccomodaties met een bijzondere ligging en uitzicht gevestigd zijn. Ook is er een openbaar toegankelijke, natuurlijke, zwembad gerealiseerd. Aan de Noordzijde van de Brunssummerheide bevindt zich de manege Brunssum die als startplaats voor vele ruiterroutes dient. Aan de Oostkant is een locatie voor groepbezoek (gemeente Landgraaf). Aan de zuidzijde grenst het gebied aan de groeve Sigrano. Bij ontwikkelingen voor dit cluster is het wenselijk ook de planontwikkelingen voor de Sigranogroeve (aangemerkt als een ‘rode’ cluster) er bij te betrekken. Het gebied maakt onderdeel uit van het Heidenaturpark. Er is nog geen visie ontwikkeld. Het project staat nog in de kinderschoenen. De visie zal in samenwerking met alle betrokken partijen tot stand komen waarbij de mix tussen natuur en recreatie een voorname rol zal spelen.
Uitvoering door	Gemeenten Heerlen, Brunssum en Landgraaf, Natuurmonumenten, Landgoed

	Brunsheim, Explorion.
Planning	Eind 2010: ontwikkelingsvisie gereed; 2011 – 2015: implementatie

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Schutterspark
Achtergrond en omschrijving	<p>Het Schutterspark is een recreatief en educatief park voor de recreant uit de regio waar passief en actief genoten kan worden van het diverse aanbod aan vrijetijdsbestedingsmogelijkheden. Het is een laagdrempeling en openbaar toegankelijk. Thema's zijn natuur, cultuur, sport, ontspanning en avontuur. Het Schutterspark is opgedeeld in een gedeelte voor intensieve recreatie en een gedeelte voor extensieve recreatie. In het intensieve gedeelte is een minihaven, een kinderboerderij, een speeltuin, diverse wandel- en fietsroutes (atb-route), een koetsiersroute, een klein bezoekerscentrum ‘het pompehuske’ dat gerund wordt door vrijwilligers, de gerenatureerde Rode Beek, de sleehelling, het infopoint groenmetropool en het Schuttershuuske (uitspanning met terras). In het meer extensieve gedeelte is ruimte voor rust en natuurbeleving. Ter ondersteuning van deze waarden is een loopbrug over de hangvennen aangelegd en een blote voetenpark gerealiseerd.</p> <p>Er zijn diverse plannen en initiatieven om het park verder uit te bouwen, o.m.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het realiseren van het Kunstenpark Energie; • Het realiseren van een survival en tokkelbaan, inclusief wandelen op hoogte (in de bomen); • het ontkluizen van de Rode Beek en het herstellen van ecologische en recreatieve verbindingen naar de Brunsummerheide, het Heidenatuurpark en de Schinveldse Rode Beek; • Geschikte functie zoeken voor de filterhuizen en het evenemententerrein; • Het realiseren van een speelstrandje aan de Rode beek; • Het opwaarderen van de camperplaats. <p>Teneinde de aantrekkelijkheidswaarde te vergroten en het park sterker te profileren en te positioneren werken de betrokken partijen aan een gezamenlijke ontwikkelingsvisie voor het gebied en aan een verdergaande samenwerking, bijvoorbeeld in de vorm van een vereniging of een stichting.</p>
Uitvoering door	Gemeente Brunssum, exploitanten Schutterspark
Planning	Medio 2010: ontwikkelingsvisie gereed. 2011 – 2015: implementatie.

Initiatief of project	‘Groene’ cluster Natuur en Landschapspark Rodebach / Roode Beek
Achtergrond en omschrijving	<p>De ontwikkeling van het grensoverschrijdende Landschapspark Rodebach/ Roode Beek Rodebach is een initiatief van de gemeenten Onderbanken en Gangelt. Het betreft een natuurpark van ca 750 ha met beken, moerassen, bloemrijke weiden en bossen en een uitgestrekt netwerk aan paden om te wandelen, fietsen en paard te rijden. Te bezoeken zijn o.m. het Infopoint Roode Beek, Nonke Buusjke en een zweefvliegveld. Ook aan de Duitse kant zijn de nodige voorzieningen gerealiseerd (o.a. een camperstandplaats). Het park maakt deel uit van het nog in ontwikkeling zijnde Heidenatuurpark.</p> <p>De ontwikkeling van park, waarvoor enige jaren geleden een ontwikkelingsvisie is opgesteld, nadert zijn voltooiing.</p> <p>De aandacht zal in de komende jaren vooral worden gericht op een verdere uitbouw van de faciliteiten (o.a. aantrekkelijke pleisterplaatsen), het realiseren van kleinschalige verblijfsrecreatie in de omgeving en het verder verhogen van de attractiviteit van het gebied. Vooral dit laatste zal plaatsvinden in samenspraak met ondernemers en andere betrokken partijen. Te denken valt o.m. aan het samenstellen van een gezamenlijke website, het ontwikkelen van arrangementen en andere informatieproducten die de beleving van de bezoekers moet intensiveren.</p>
Uitvoering door	Gemeente Onderbanken, ondernemers in het gebied en andere betrokken partijen.
Planning	Eind 2010: aanvulling en actualisatie van de reeds bestaande ontwikkelingsvisie. Vanaf 2011: Uitvoering

Prioriteit 1, Maatregel B, Aanbrengen verbindingen

Initiatief of project	Ontwikkelen en realiseren Parkstad Limburg LeisureRing
Achtergrond en omschrijving	De belangrijkste drager van de ontwikkelingsvisie is de Parkstad LeisureRing. De functie ervan is om de 'rode' en 'groene' clusters te verbinden tot een samenhangend geheel en de regio daarmee neer te zetten als 'Capital of Entertainment Zuid-Limburg'. Voor een deel moet deze ring nog worden aangelegd (Buitenring). Dit moet op een zodanige wijze plaatsvinden (inpassing in de omgeving, vormgeving, aankleding) dat het daadwerkelijk een 'leisure-gevoel' gaat uitstralen. Hiervoor zullen 'concepten' worden ontwikkeld, o.m. door inschakeling van kunstenaars. Voorts zal bekeken worden of er een combinatie kan worden gemaakt met 'Nieuwe Energie', eveneens een belangrijk thema voor Parkstad Limburg. De op deze wijze te ontwikkelen concepten zullen ook worden toegepast op de bestaande delen van de ringweg zodat er sprake is van een complete en gesloten 'LeisureRing'.
Uitvoering door	Parkstad Limburg, Provincie Limburg.
Planning	2010: ontwikkelen concepten 2011 – 2014: uitvoeren

Initiatief of project	Ontwikkelen en implementeren verbindende arrangementen
Achtergrond en omschrijving	Hoewel de komende jaren hard zal worden gewerkt aan de ontwikkeling van de diverse clusters en de verbindende LeisureRing, kan worden geconstateerd dat het aanbod nu al heel groot en divers is. Niet alleen op het gebied van dagattracties maar evenzeer op het gebied van verblijfsaccommodaties. Hiernaast kan gewezen worden op de vele evenementen met een bovenregionale karakter die in de regio worden georganiseerd. Deze zaken worden momenteel nog onvoldoende benut. Het is goed dat partijen zich op dit vlak beter organiseren, met elkaar het aanbod in kaart brengen en daaruit arrangementen tot ontwikkeling brengen en implementeren. In dit verband is de vereniging Ontdek het Zuiden zich aan het hergroeperen met als doel een krachtige partij te worden die met andere partijen in de regio (Parkstad Attractief, andere ondernemers) interessante meerdaagse arrangementen zal gaan ontwikkelen. Zulks zowel voor de particuliere als voor de zakelijke markt (congressen, symposia, uitstapjes voor bedrijven e.d.).
Uitvoering door	Vereniging Ontdek het Zuiden, Parkstad Attractief, diverse andere ondernemers
Planning	2010: plan van aanpak Vanaf 2011: implementatie

Initiatief of project	Ontwikkelen en implementeren Romeins verleden / Via Belgica als verbindend thema
Achtergrond en omschrijving	Parkstad Limburg heeft een rijk Romeins verleden. Zo liep tussen Rimburch en Voerendaal de 'Via Belgica' een belangrijke verbindingsweg tussen Keulen en Boulogne sur Mer (Noord Frankrijk). Gelieerd aan deze weg zijn in Heerlen de resten gevonden van een groot Romeinse badhuizen (één van de grootste van Noord West Europa, nu Thermenmuseum). In Kerkrade en Voerendaal zijn de resten van Romeinse Villa's gevonden. Die in Voerendaal behoort tot de grootste in Nederland ooit gevonden. De gemeenten Landgraaf, Heerlen, Voerendaal, Valkenburg, Meerssen en Maastricht, Parkstad Limburg, de provincie Limburg en het Thermenmuseum Heerlen hebben een convenant afgesloten m.b.t. het gezamenlijk beleefbaar maken van dit uniek Romeins erfgoed. Tot de voorgenomen activiteiten behoren o.m. het opzetten van een gezamenlijke website, het ontwikkelen van gps-gestuurde wandel- en fietsroute, van landmarks en het doen verrichten van een onderzoek naar het tracé van de Via Belgica. De provincie bereidt samen met internationale partners een Interreg IV project voor.

	Hiernaast verrichten de individuele convenantpartners ook nog eigen activiteiten op dit terrein.
Uitvoering door	De betrokken gemeenten, Parkstad Limburg, de provincie en het Thermenmuseum. Gemeente Voerendaal zal fungeren als coördinator / centraal contactpersoon.
Planning	Realisatie in fasen in de periode 2010 – 2015.

Initiatief of project	Ontwikkelen en implementeren Mijnverleden als verbindend thema
Achtergrond en omschrijving	De regio is in de vorige eeuw door met name de mijnbouw tot ontwikkeling gekomen. Deze industrie heeft op de regio een grote stempel gedrukt en de nodige sporen achtergelaten, hoewel veel hiervan door de operatie 'Van zwart naar groen' is afgebroken en verwijderd. Desondanks is er nog genoeg aanwezig om hiermee een sterk en onderscheidend thema te maken. De aandacht voor dit mijnverleden is de laatste jaren bovendien sterk toegenomen. Dit uit zich o.m. in diverse initiatieven die allen tot doel hebben dit mijnverleden weer tastbaar en beleefbaar te maken. Zo is er een nieuw mijnmuseum ontstaan, is er een uitgebreide website ontwikkeld, is de Groenmetropool opgezet en worden er diverse evenementen en manifestaties georganiseerd. Hiernaast is medewerking verleend aan de verfilming en verspreiding van de kinderserie Tien Torens Diep met als spin-off o.m. een VVV-route, de AVRO ledendag en een bezoekerscentrum in Brunssum. Teneinde de krachten te bundelen, de samenhang te bevorderen en de diverse initiatieven te coördineren is op initiatief van gemeente Heerlen het Platform De Mijnen opgericht. De coördinatie zal worden verzorgd door de stichting DeMijnen.nl en het Nederlandse Mijnmuseum zorgt voor de fysieke belichaming van het Platform, met een ontmoetingsplek, een waardevolle site en de nodige vrijwilligers.
Uitvoering door	Platform 'De Mijnen', Nederlands Mijnmuseum, diverse partijen binnen dit platform
Planning	Afhankelijk van de initiatieven die door de verschillende partijen zullen worden genomen en uitgewerkt.

Initiatief of project	Ontwikkelen en implementeren Parkstad Festivalstad als verbindend thema
Achtergrond en omschrijving	Parkstad is sterk in culturele evenementen en festivals. In Limburg zijn 21 aansprekende culturele evenementen (eendaags) en festivals (meerdaags) van bovenlokale en (inter)nationale betekenis. Daarvan staan er maar liefst 15 in Parkstad. Ze zijn breed toegankelijk en laagdrempelig. Te beleven op gebruikelijke festivallocaties of op heel bijzondere en onverwachte locaties. Vele hebben plaats in openbare ruimte. Deze culturele festivals en evenementen bepalen voor een sterk deel het culturele profiel van Parkstad. Ze dragen bij aan de identiteitsversterking van Parkstad en trekken veel publiek. Wereld Muziek Concours (WMC), Pinkpop, Parade Brunssum, Cultura Nova, The Notorious IBE, Pinkpop Classic, Orlando Festival, Taptoe Heerlen en Taptoe Hoensbroek, Breakfast, Charles Hennen Concours, Euriade Festival, Booch?, Heerlen Jazzt en Sijlvendt Rockt. Het gaat om vele optredens op vele plaatsen in Parkstad: Parkstad Limburg Theaters, Nieuwe Nor, RodaHal, SCHUNCK* Glaspaleis, Rolduc. Door deze initiatieven meer nog op elkaar af te stemmen, waar mogelijk te bundelen, maar door ze vooral gezamenlijk te promoten kunnen ze nog meer publiek van buiten Parkstad trekken. Interessante arrangementen en andere creatieve verbindingen met de toeristische sector kunnen Parkstad tot een ware ontdekking maken voor de cultuurtoerist.
Uitvoering door	SCHUNCK* Muziek. Is.m. het Huis voor de Kunsten Roermond en het Festival Platform Limburg
Planning	Voorjaar 2010: maken van afspraken met de verschillende partijen; Vanaf medio 2010: uitvoering van deze afspraken.

Prioriteit 1, Maatregel C, Vermarkten profiel

Initiatief of project	Promotie door VVV en SVL
Achtergrond en omschrijving	De marketing en promotie van Parkstad Limburg wordt verzorgd door VVV Zuid-Limburg. Zij ontvangt hiervoor bijdragen van de gemeenten (op basis van een overeenkomst) en van ondernemers (via lidmaatschappen en contributies). Hiernaast voert de SVL (Samenwerkende VVV's in Limburg) in opdracht van de provincie de succesvolle promotiecampagne 'Limburg, Liefde voor het Leven' uit. VVV Zuid-Limburg speelt hierop in met eigen sterke thema's. De primaire focus ligt op de promotie in Nederland. De belangrijkste taken van de VVV bestaan uit informatieverzameling en –verstrekking, regiopromotie en het faciliteren van evenementen. De activiteiten van de VVV worden jaarlijks vastgelegd in een marketing-activiteitenplan.
Uitvoering door	VVV Zuid-Limburg
Planning	Promotie door de VVV is een doorlopende activiteit.

Initiatief of project	Promotie door Parkstad Attractief
Achtergrond en omschrijving	Parkstad Attractief is een stichting waarin de directies van zes grote dagattracties van Parkstad zijn verenigd: SnowWorld Landgraaf, GaiaPark Kerkrade Zoo, Discovery Center Continium, Kasteel Hoensbroek, ZLSM/Miljoenenlijn en Woonboulevard Heerlen. De zes attracties bundelen hun krachten om de regio Parkstad als dé attractieregio van Limburg op de kaart te zetten. OPL faciliteert dit samenwerkingsverband. In dit verband is een marketingplan opgesteld die de komende jaren zal worden uitgevoerd. Deze is mede gericht op het verwerven van verblijfs- en dagtoeristen in een straal van 50 km.
Uitvoering door	Parkstad Attractief
Planning	Het marketingplan is opgesteld en door het bestuur vastgesteld. Het uitvoeren ervan is de komende jaren een doorlopende activiteit.

Prioriteit 2, Maatregel A, Marktbewerking in Duitsland en België

Initiatief of project	Marketing door VVV en SVL
Achtergrond en omschrijving	In de overeenkomst die de gemeenten voor de periode 2009-2012 hebben afgesloten met VVV Zuid-Limburg is vastgelegd de VVV zich meer moet toeleveren op de Duitse markt. Hiervoor zijn extra middelen beschikbaar gesteld. Op grond hiervan is in 2009 een marktanalyse gemaakt gevolgd door plan van aanpak. Als onderdeel hiervan is er inmiddels in Keulen een speciale steunpunt ingericht die de Duitse markt van binnenuit gaat bewerken. Waar mogelijk zullen middelen en campagnes worden gecombineerd met andere initiatieven (SVL, NBTC, ondernemers e.d.). Doel is om de naamsbekendheid van Zuid-Limburg het omliggend buitenland te vergroten en hieruit een steeds groter deel van de bezoekers te werven. Hiernaast is de VVV in Vlaanderen en in Engeland (groepsreizen).
Uitvoering door	VVV Zuid-Limburg
Planning	De marketing door de VVV in het omringend buitenland is in de komende periode een doorlopende activiteit.

Initiatief of project	Marketing door Parkstad Attractief
Achtergrond en omschrijving	Parkstad Attractief is een stichting waarin de directies van zes grote dagattracties van Parkstad zijn verenigd: SnowWorld Landgraaf, GaiaPark Kerkrade Zoo, Discovery Center Continium, Kasteel Hoensbroek, ZLSM/Miljoenenlijn en Woonboulevard Heerlen. De zes attracties bundelen hun krachten om de regio

	Parkstad als dé attractieregio van Limburg op de kaart te zetten. OPL faciliteert dit samenwerkingsverband. In dit verband is een marketingplan opgesteld die de komende jaren zal worden uitgevoerd. Deze is mede gericht op het verwerven van verblijfs- en dagtoeristen uit het omringend buitenland.
Uitvoering door	Parkstad Attractief
Planning	Het marketingplan is opgesteld en door het bestuur vastgesteld. Het uitvoeren ervan is de komende jaren een doorlopende activiteit.

Prioriteit 2, Maatregel B, Mede uitvoering geven aan de projecten op de schaal van Zuid-Limburg

Initiatief of project	Projecten programma Zuid-Limburg
Achtergrond en omschrijving	Parkstad Limburg maakt deel uit van de zeer sterke toeristische regio 'Zuid-Limburg'. Op deze schaal wordt samengewerkt teneinde deze regio nog sterker te maken. De meest betrokken partijen hierbij zijn de gemeenten (vertegenwoordigd door de drie gewesten), VVV Zuid-Limburg, de Kamer van Koophandel (als vertegenwoordiger van het bedrijfsleven) en de provincie. Door deze partijen wordt in gezamenlijkheid een programma voor Zuid-Limburg samengesteld. Dit programma bevat een aantal projecten die met elkaar gemeen hebben dat ze erop gericht zijn het toeristisch product 'Zuid-Limburg' en de markt positie van deze regio verder te versterken.
Uitvoering door	Gemeenten (via gewesten), VVV Zuid-Limburg, KvK, en provincie
Planning	Het programma is begin 2010 gereed. De uitvoering van de projecten uit dit programma zal plaatsvinden in de periode 2010 – 2014.

Prioriteit 3, Maatregel A, Aansluiten op initiatieven van derden

Initiatief of project	Maastricht Culturele hoofdstad 2018
Achtergrond en omschrijving	Maastricht stelt zich kandidaat voor Culturele Hoofdstad in Europa in 2018. Zij gaat dit doen in nauwe samenwerking met de euregionale partnersteden Aken, Hasselt, Luik, Heerlen en Sittard-Geleen en de provincies Belgisch en Nederlands Limburg en Luik. Inzet is dat deze kandidatuur moet leiden tot een sterk Europees en cultureel profiel van Maastricht en de regio, met als gevolg een sterkere bekendheid op de Europese schaal, een groei van de werkgelegenheid en van het aantal internationale bezoekers en daarmee van de bestedingen in de regio. E.e.a. betekent dat de komende 10 jaren het cultuuraanbod in de regio sterk verbeterd moet worden, het euregionale productieklimaat versterkt moet worden en dat de diverse culturele organisaties en andere instellingen actief moeten inzetten op internationale samenwerking.
Uitvoering door	Partnersteden Aken, Hasselt, Luik, Heerlen en Sittard-Geleen, provincies Belgisch en Nederlands Limburg en Luik, diverse organisaties uit het culturele veld
Planning	2010 – 2012: voorbereiding en aanbidding bidboek 2013 – 2014: onderzoek en besluitvorming jury 2014 – 2018: uitvoering

Initiatief of project	TIGER (vervolg Groenmetropool)
Achtergrond en omschrijving	In 2008 is het project 'Groenmetropool' afgerond. Het accent van dit internationaal prijswinnende project lag vooral op de infrastructurele kant (o.m. realisatie van een groene en een rode route, van highlights en infopoints). Nu is een vervolg op dit project gedefinieerd (TIGER) waarbij het accent vooral ligt op de vermarkting. De projectpartijen zijn de Kreisen Aachen en Düren, Wallonië, Belgisch Limburg en Parkstad Limburg. Het project heeft een looptijd van 3 jaar en een investeringsvolume van € 4 mln. Een belangrijk deel hiervan zal worden besteed aan marketing. Inzet is om deze unieke regio op de kaart te zetten in grote delen van

	Duitsland en België.
Uitvoering door	Kreisen Aachen en Düren, Wallonië, Belgisch Limburg en Parkstad Limburg en de respectievelijke VVV's van deze regio's
Planning	Besluitvorming over het project: medio 2010 Uitvoering medio 2010 – medio 2013

