

Toeristische Agenda Mollenlanden

Koers 2026-2030



Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, maart 2026

Opdrachtgever

M. (Mariëlle) Runge-Anspach, gemeente Molenlanden

Auteurs: Gemeente Molenlanden

A. (Annelies) Klein-Bongers

M. (Mariëlle) Runge-Anspach

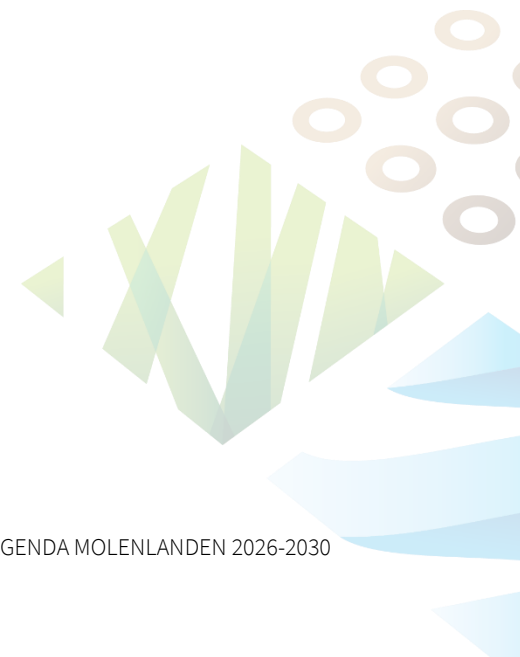
Bureau voor Ruimte & Vrijetijd

A. (Annemiek) Riefel, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

T. (Thomas) Logemann, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Beeldmateriaal

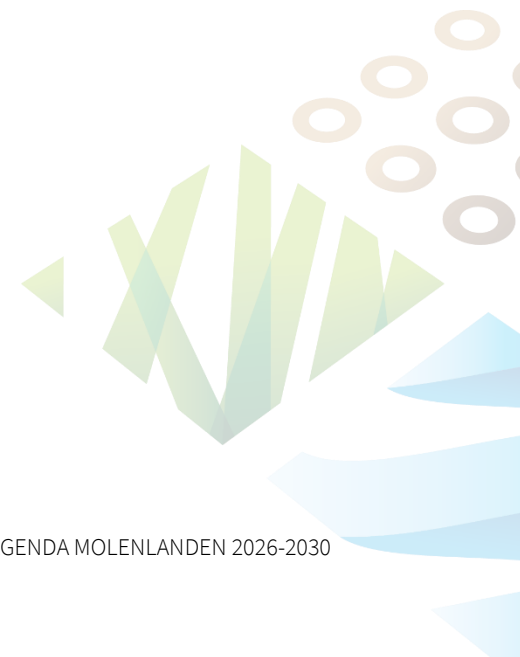
Gemeente Molenlanden, Den Hâneker, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd





Inhoudsopgave

Voorwoord	5
1. TAM 2026-2030: visie en speerpunten	7
1.1 Een aangescherpte koers	7
1.2 Speerpunten TAM 2026-2030	9
1.2.1 Opzetten van gebiedsmarketing en informatievoorziening	9
1.2.2 Maak aantrekkelijk en beleefbaar aanbod	11
1.2.3 Toerisme en recreatie in balans met leefomgeving	14
1.2.4 Samenwerking bevorderen en kennisuitwisseling	15
2. Totstandkoming en onderbouwing koers	18
2.1 Evaluatie TAM 2021-2025	18
2.2 Uitkomsten Inwonersonderzoek 2025	19
2.3 Feiten en cijfers	20
2.3.1 Relevante trends & ontwikkelingen	22
2.5 Omgevingsvisie Molenlanden	22
2.6 In gesprek met de sector	23
3. Bijlagen	26
Bijlage 1: Bronnenoverzicht	26
Bijlage 2: Deelnemers klankbordgroep	26
Bijlage 3: Leefstijlvinder en leefstijlen	27



Voorwoord

Voor u ligt de Toeristische Agenda Molenlanden 2026-2030. Toerisme en recreatie zijn van grote waarde voor Molenlanden. Ze maken onze gemeente aantrekkelijk voor bezoekers en dragen bij aan de lokale economie, werkgelegenheid, behoud van voorzieningen en een fijne, gezonde leefomgeving voor onze inwoners. Met elkaar zetten we ons in voor plekken om te genieten, te bewegen en te ontspannen voor toeristen én inwoners.

In 2021 stelden we samen met ondernemers, partners en inwoners de eerste Toeristische Agenda Molenlanden op. Sindsdien hebben we mooie stappen gezet. Het aantal overnachtingen groeide, nieuw aanbod vond zijn weg naar onze dorpen en polders, er zijn 'Ken uw gast'-coaching trajecten gevolgd en we ontwikkelden beleid voor verblijfsrecreatie. Ook hebben we in Kinderdijk concrete stappen gezet voor een betere balans tussen leefbaarheid en toerisme.

Tegelijkertijd veranderen de omstandigheden en doen zich nieuwe kansen voor. Thema's als regeneratief toerisme en agrotourisme worden steeds belangrijker. We recreëren meer en zoeken vaker de natuur, het water en platteland op. En intussen neemt de druk op ruimte en wegen toe. Dat vraagt om een aangescherpte koers: een doorontwikkeling van de TAM 2021-2025, met nieuwe inzichten, accenten en projecten die passen bij de vraagstukken van vandaag én morgen.

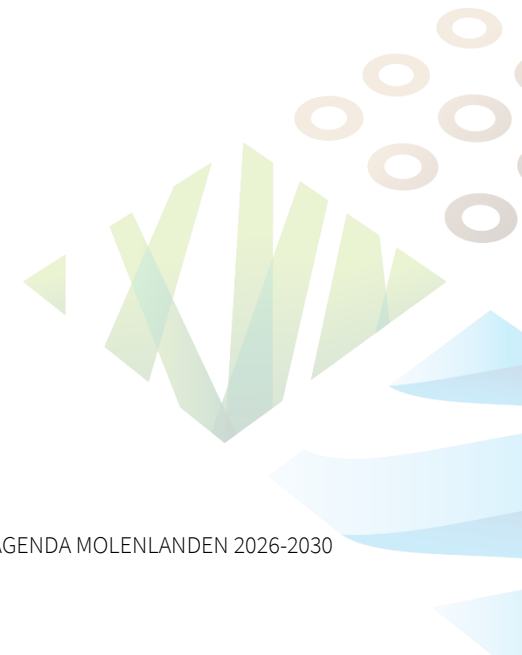
Deze vernieuwde Toeristische Agenda hebben we opnieuw samen gemaakt. Via gesprekken, een onderzoek en bijeenkomsten met ondernemers, organisaties en partners heeft de sector actief meegedacht. Die betrokkenheid is onmisbaar om het recreatief aanbod te laten meegroeien en de kwaliteit van onze leefomgeving te bewaken.

De TAM 2026-2030 is een gezamenlijk richtinggevend kader voor het toeristisch beleid van de gemeente Molenlanden, gebouwd op een sterke basis, klaar voor de volgende stap. Veel dank aan iedereen die hieraan heeft bijgedragen!



Maarten van Helden

Wethouder Recreatie en Toerisme



TAM 2026-2030: visie



1. TAM 2026-2030: visie en speerpunten

Toerisme en recreatie zijn belangrijk voor Molenlanden. Ze maken onze gemeente aantrekkelijk voor bezoekers én prettig om in te wonen. Goede plekken om te genieten, te bewegen, te bewonderen en te ontspannen dragen bij aan een gezonde leefomgeving én aan ons Bruto Nationaal Geluk (meetinstrument voor levenskwaliteit, gericht op welzijn).

Tegelijkertijd is de vrijetijdsector van grote economische betekenis. Het aantal banen is sinds 2020 met bijna 5% (afgerond) gegroeid (670 banen in 2024; LISA) en het aantal recreatieve ondernemers neemt toe. Ook de lokale middenstand profiteert, doordat bezoekers van buiten de gemeente zorgen voor extra bestedingen en een grotere afzetmarkt.

1.1 Een aangescherpte koers

In 2021 hebben we samen met de vrijetijdsector de **Toeristische Agenda Molenlanden (TAM)** opgesteld. Daarmee willen we het toerisme in onze gemeente versterken op een toekomstgerichte en duurzame manier. Ook levert recreatie en toerisme een positieve bijdrage aan maatschappelijke thema's en de brede welvaart, zoals economische groei, leefbaarheid, gezondheid en sociale cohesie.

Sindsdien hebben we veel bereikt. Het aantal overnachtingen is gegroeid tot zo'n 209.000 en er is nieuw aanbod bijgekomen. Ook hebben we verblijfsrecreatiebeleid opgesteld en er zijn 'Ken uw gast'-

coachingstrajecten gevolgd. Tot slot hebben we in Kinderdijk en het werelderfgoed concrete stappen gezet zoals het instellen van een parkeervergunning, verbetering bewegwijzering parkeergelegenheid en pendelbussen vanuit het transferium, om de balans tussen bezoekers en leefbaarheid te verbeteren. Daar zijn we trots op!

Tegelijkertijd is er nog genoeg te doen, zoals de sector ook aangeeft (zie hoofdstuk 2). De zichtbaarheid van ons aanbod kan beter, onze recreatieve routes en voorzieningen zijn nog niet overal op niveau en de samenwerking in de sector kan sterker. Niet alle inwoners en bezoekers vinden nu het aanbod dat ze zoeken. We kunnen als gemeente niet alles zelf oplossen, maar we kunnen wél stimuleren, faciliteren en partijen bij elkaar brengen. En dat doen we graag, door middel van de TAM.

De vrijetijdsector is in ontwikkeling

De vrijetijdsector is de afgelopen jaren veranderd. Thema's als regeneratief toerisme (toerisme dat iets teruggeeft aan de omgeving), het vitaal houden van het platteland en agrotourisme worden steeds belangrijker. Ook recreëren we met zijn allen meer en zoeken we vaker de natuur, het water en platteland op. De druk op de ruimte en het wegennet neemt toe. We staan landelijk gezien voor een grote woningbouwopgave en hoewel het aantal inwoners in Molenlanden naar verwachting niet sterk groeit, neemt de bevolking in omliggende gemeenten wél toe. Daarmee groeit ook de recreatieve vraag. Bovendien neemt het binnenlands en inkomend toerisme ook nog steeds toe. Daarom moeten de recreatiemogelijkheden meegroeien. Dat is belangrijk voor de leefkwaliteit en de aantrekkingskracht van Molenlanden.

In 2025 beschikten inwoners over 158 m² groenblauwe recreatieruimte per persoon. In vergelijking met andere gemeenten heeft de gemeente Molenlanden weinig recreatieruimte. Dat vraagt om hier zorgvuldig mee om te gaan in de toekomst. Uitgaande van een *niet-achteruitgangsprincipe*; dat

de huidige situatie aan recreatieruimte (met het oog op de groeiende vraag) in ieder geval niet achteruit mag gaan, is er om de groeiende vraag op te vangen in 2035 7 ha en in 2050 17 ha aan extra recreatieruimte nodig¹.

Onze omgevingsvisie vraagt om een integrale benadering van toerisme en recreatie, met aandacht voor de ruimtelijke impact en kansen. Ontwikkelingen binnen onze sector bekijken we daarom steeds in samenhang met andere domeinen, zoals mobiliteit, agrarische economie, erfgoed en natuur. Toerisme en recreatie kunnen deze sectoren versterken, bijvoorbeeld door nieuwe functies te geven aan erfgoedlocaties en vrijkomende agrarische bebouwing. Tegelijkertijd brengt dit ook uitdagingen met zich mee, zoals het goed organiseren van verkeersstromen en verkeersveiligheid.

Doorontwikkeling TAM

Deze ontwikkelingen maken het noodzakelijk om de TAM te actualiseren. De basis blijft staan, maar we voegen nieuwe onderwerpen en projecten toe die nu nodig zijn. Je kunt de TAM 2026–2030 zien als een doorontwikkeling van de TAM 2021–2025: dezelfde koers, met een aantal aanscherpingen en toevoegingen. **Dit document vormt dan ook een aanvulling op de TAM 2021–2025. Waar we onderwerpen niet opnieuw uitwerken, blijft de eerdere TAM van kracht.** In de komende vijf jaar kan de bijbehorende uitvoeringsagenda (zie aparte bijlage) worden aangevuld en aangepast. Bij de totstandkoming van beide documenten hebben we de sector opnieuw intensief betrokken.

Waar werken we aan: onze visie

De kern van de TAM 2021-2025 blijft staan, namelijk:
Molenlanden positioneert zich naast 'dagje uit' bestemming ook als aantrekkelijke bestemming voor een meerdaags verblijf, als onderdeel van het Groene Hart, en aan de hand van de verhaallijnen: Molens & Water, Agro & Food, Nieuwpoort & Oude Hollandse Waterlinie.

Verder heeft de Beleidsnota Verblifsrecreatie 2022 ervoor gezorgd dat de ambitie op verblifsrecreatie al aangescherpt is, namelijk dat in 2030:
Molenlanden zich heeft ontwikkeld tot een ideale bestemming voor een korte tot middellange vakantie (1-7 nachten). Het aanbod van verblifsrecreatie divers, kwalitatief goed en sterk geprofileerd is op de gewenste doelgroepen. De landelijke groeicijfers van verblijfstoerisme ook in Molenlanden terug te zien zijn in het aantal overnachtingen en er voldoende aanbod is om dit te accommoderen. Gasten kunnen de kernkwaliteiten van de regio optimaal beleven en genieten tijdens hun verblijf van een goed samengesteld product. Er is een goede spreiding van bezoekers in tijd en ruimte zodat druk en draagkracht van toeristisch bezoek in balans blijft.

Al met al resulteert deze visie in het volgende:

- Een stevigere vrijetijdseconomie, meer bestedingen en banen.
- Toerisme in balans: toerisme draagt bij aan bredere doelen, zoals duurzaamheid en goede mobiliteit, met oog voor de leefomgeving van inwoners. We zetten in op het aantrekken van 'kwaliteitstoeristen'.
- Een herkenbaar profiel en zichtbaarheid van wat we te bieden hebben.
- Actief samenwerken in regionaal verband.
- Initiatieven op passende schaal: niet de grootte is leidend, maar of het past bij de plek, de omgeving en sectorontwikkelingen.

¹ Op basis van GIS-analyses naar de groenblauwe recreatieruimte en inwonersprognose opgesteld door ABF – Primos Demografie (2025).

Inbreng van betrokkenen en ontwikkelingen binnen onze gemeente en de sector maken dat we deze periode **drie** onderwerpen extra aandacht willen geven, namelijk:

1. **Recreatiemogelijkheden voor onze eigen inwoners:** tot nu toe lag de nadruk vooral op toeristen en het verlengen van hun verblijf. De komende jaren richten we ons ook op recreatie voor onze eigen inwoners. Toerisme en recreatie versterken elkaar: wat goed is voor bezoekers, is ook goed voor inwoners en andersom. We vinden het belangrijk dat toerisme en recreatie bijdraagt aan de gezondheid van inwoners en het Bruto Nationaal Geluk verhoogt.
 - **Inzetten op uitvoering:** veel acties uit de TAM 2021–2025 zijn uitgevoerd, maar enkele niet: de uitvoeringsagenda was achteraf gezien te lang, corona speelde mee, sommige acties lagen buiten onze invloed en enkele toezeggingen zijn niet gerealiseerd. De belangrijkste reden was echter dat er geen organisatie was die de regie pakte en de uitvoering deed. Daarom zetten we nu stevig in op het opzetten van een professionele destiniemerketingorganisatie (DMO). Die de regie neemt, projecten uitvoert, ondernemers verbindt, zorgt voor goede informatievoorziening en aan de slag gaat met de gebiedsmarketing. Ook kiezen we dit keer voor meer realisme: de nog op te stellen uitvoeringsagenda is haalbaar én passend bij onze rol als gemeente.
2. **Aantrekkelijkheid leefomgeving vergroten, extra ruimte om te recreëren:** uit het Inwonersonderzoek 2025 komt dit als belangrijk aandachtspunt naar voren. We zetten in op het zichtbaar maken van recreatiemogelijkheden én op de ontwikkeling van een toegankelijk,

beleefbaar en goed onderhouden landschap met passende recreatieve voorzieningen, zoals routes, zitmeubilair, rustplekken en dagrecreatie.

1.2 Speerpunten TAM 2026-2030

In de TAM 2021–2025 zijn vijf speerpunten² vastgesteld om de komende jaren aan te werken. Deze speerpunten zijn uitgewerkt in verschillende opgaven. In gesprekken met (een afvaardiging van) de sector blijkt dat de speerpunten nog steeds actueel en relevant zijn, maar dat een andere prioritering en enkele nieuwe accenten nodig zijn. Zo wordt educatie voor de komende jaren als minder prioritair beschouwd. Dit heeft geleid tot de volgende vier geactualiseerde speerpunten:

1. Gebiedsmarketing en informatievoorziening professionaliseren
2. Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod ontwikkelen
3. Toerisme en recreatie in balans houden met de leefomgeving
4. Samenwerking en kennisuitwisseling stimuleren

Deze speerpunten vormen de basis voor de acties in de nog op te stellen uitvoeringsagenda. Per speerpunt werken we uit waar we concreet op gaan inzetten.

1.2.1 Opzetten van gebiedsmarketing en informatievoorziening

De afgelopen jaren hebben we samen met Den Hâneker veel tijd en energie gestoken in gebiedsmarketing, onder meer via Ontdek de Alblasserwaard, het toeristische magazine, social media en marketingcampagnes vanuit Het

² 'Aantrekkelijk en beleefbaar aanbod', 'Heldere profilering en informatievoorziening', 'Molenlanden in balans', 'Samenwerking', en 'Kennis en educatie', zie TAM 2021-2025.

Groene Hart. Tegelijkertijd valt er nog meer te bereiken. Dit komt onder andere vanwege een gebrek aan uitvoeringskracht en onduidelijkheid over rollen.

Als gemeente kunnen we wel faciliteren, richting geven en ondersteunen, maar we zijn geen marketingexperts. Voor ondernemers en organisaties geldt hetzelfde: zij kunnen bijdragen en meedenken, maar niet de volledige uitvoering doen.

Molenlanden ligt centraal in Nederland. We positioneren de gemeente als aantrekkelijke bestemming in de Alblasserwaard, zowel voor een meerdaags verblijf als voor inwoners die hier hun vrije tijd willen doorbrengen. Het gaat daarbij niet om de naamsbekendheid van onze gemeente, maar om het laten zien wat hier te doen is. Zonder goede informatie en zichtbaarheid blijven bezoekers weg en zoeken inwoners hun ontspanning deels elders.

Wat willen we bereiken?

- Een professionele destiniemakingorganisatie (DMO³) initiëren die zich onder andere bezighoudt met gebiedsmarketing.
- Een herkenbaar toeristisch profiel van Molenlanden.
- De zichtbaarheid van ons gebied en aanbod buiten en binnen de gemeente vergroten.

Oprichting destiniemakingorganisatie (DMO)

Wij streven ernaar één professionele destiniemakingorganisatie (DMO) die, in samenwerking met de sector, regionale partners en Molenlanden,

werkt aan de marketingcommunicatie van ons gebied en ons aanbod. In onze ogen moet dit een onafhankelijke organisatie zijn waar de andere gemeenten in de Alblasserwaard ook mee kunnen gaan samenwerken.

Essentieel voor het succes van de DMO is dat gemeenten en ondernemers actief betrokken zijn, (financieel) bijdragen én dat er een structurele financiering is die voldoende middelen biedt om samen écht stappen te zetten. Zonder deze betrokkenheid en middelen blijft de gebiedsmarketing steken op het huidige niveau.

Het takenpakket omvat onder andere het vermarkten van ons gebied en het aanbod aan dag- en verblijfsrecreatie. Daarnaast hoort het uitdragen van een herkenbaar toeristisch profiel hier ook bij, gebaseerd op de TAM 2021–2025. De DMO kan ook streekgebonden uitingen ontwikkelen, zoals bijvoorbeeld een beeldmerk.

Samen met een kwartiermaker onderzoeken we momenteel de mogelijkheden voor de oprichting van een DMO. Bij dit proces zijn niet alleen de gemeente, maar ook andere relevante stakeholders nauw betrokken.

Informatievoorziening op orde

Goede informatievoorziening is essentieel om bezoekers en inwoners te inspireren, naar het gebied te trekken en door het gebied te gidsen. Denk aan duidelijke bebording, fysieke informatiepunten en een overzichtelijke online omgeving met het volledige recreatieve aanbod. Door dit beter in te zetten en activiteiten aan te bevelen, ontdekken bezoekers en inwoners

Daarnaast kan het ook (deels) uitvoering geven aan projecten of zelfs fungeren als netwerkorganisatie of een denktank om verschillende partijen en belangen bij elkaar te brengen.

³ Een destiniemakingorganisatie (DMO) is een organisatie die zich onder andere bezighoudt met de uitvoering van bestemmingsmanagement en gebiedsmarketing.

ook de minder bekende plekken in onze gemeente, naast de grotere trekpleisters zoals Werelderfgoed Kinderdijk, Vestingstad Nieuwpoort en Avonturenboerderij Molenwaard. Zo profiteert de hele gemeente van de voordelen van toerisme en recreatie.

1.2.2 Maak aantrekkelijk en beleefbaar aanbod

Het aanbod in Molenlanden kan worden onderverdeeld in twee categorieën:

- Enerzijds kleinschalige recreatieve voorzieningen en logies, waaronder B&B's, boerderijwinkels en vakantiewoningen.
- Anderzijds hebben we grote trekpleisters met een bovenregionale en zelfs (inter)nationale aantrekkingskracht: Vestingstad Nieuwpoort (Oude Hollandse Waterlinie), Werelderfgoed Kinderdijk en Avonturenboerderij Molenwaard, inclusief het bijbehorende Familie Resort.

Hoewel Molenlanden het nodige te bieden heeft, ervaren inwoners en ondernemers het toeristisch-recreatieve aanbod nog als (te) beperkt en eenzijdig. We ondersteunen de (door)ontwikkeling van toeristisch-recreatieve voorzieningen, passend binnen onze kaders en die van de provincie, zodat bezoekers en inwoners gebruik kunnen maken van een gevarieerd aanbod. De afgelopen jaren hebben we hier al op ingezet, en die lijn zetten we voort, met enkele nieuwe accenten, zoals meer aandacht voor beleefbaarheid van het landschap, agrotourisme en regeneratief toerisme.

⁴ In de TAM 2021-2025 is gekozen voor de volgende twee doelgroepen: de geïnteresseerde liefhebber van natuur, landschap en cultuur (ofwel de Inzichtzoeker en Verbindingszoeker),

Wat willen we bereiken?

- In 2030 zijn nieuwe initiatieven ontstaan passend bij onze verhaallijnen en doelgroepen⁴, zie TAM 2021-2025.
- In 2030 is het aantal overnachtingen toegenomen in overeenstemming met de landelijke groeicijfers.
- We verbeteren de route infrastructuur tussen het bestaande recreatieve aanbod en breiden, waar wenselijk en mogelijk, de infrastructuur uit en voegen voorzieningen toe.
- We werken vanuit de Inclusieagenda aan meer toegankelijke toiletvoorzieningen.
- We gaan plekken ontwikkelen van waaruit onze gemeente en de regio kunnen worden ontdekt, zogenaamde “recreatieve poorten”.

Landschap beter beleefbaar maken

Het DNA van Molenlanden wordt mede bepaald door het open polderlandschap, de veenweidegebieden, agrarische gronden, natuur en water, én de iconen die daarmee samenhangen, zoals molens, boerderijen en watererfgoed. Het landschap is aantrekkelijk, maar niet overal goed beleefbaar. Uit het inwonersonderzoek (zie hoofdstuk 2) blijkt dat inwoners behoefte hebben aan meer mogelijkheden om buiten te recreëren, zoals wandelen en fietsen. We begrijpen deze wens, maar zijn hierbij ook afhankelijk van grondeigenaren, want niet alle gronden zijn in ons bezit, zoals paden langs sloten, kanalen en boerenerven. Tegelijkertijd kan dit juist kansen bieden voor grondeigenaren, bijvoorbeeld in de vorm van meer zichtbaarheid en nieuwe verdienmodellen voor beheer en onderhoud.

maar ook de liefhebber van gezellige reuring en eigentijds aanbod (de Harmoniezoeker). Zie bijlage 3 voor een omschrijving van deze leefstijlen.

We streven ernaar om samen met andere grondeigenaren het landschap beter beleefbaar te maken op een veilige manier passend bij andere functies op het platteland. We gaan verkennen óf en zo ja waar we openbare recreatieve voorzieningen kunnen toevoegen. Denk hierbij aan boerenlandpaden, wandelommetjes, rustplekken en bezienswaardigheden. Dit kan worden gecombineerd met agrotouristische concepten (zie het voorbeeld op de volgende pagina).

Verbinding Recreatie en Groenblauwe dooradering maken

De ontwikkeling van de groenblauwe dooradering vormt een belangrijke sleutel om landschap en recreatie met elkaar te verbinden. Dit netwerk van streekeigen landschapselementen versterkt niet alleen de biodiversiteit, maar verbindt ook stad en land en draagt bij aan een gezonde en recreatieve leefomgeving. We werken samen aan een leefomgeving waarin inwoners en bezoekers het landschap kunnen beleven en waarderen.

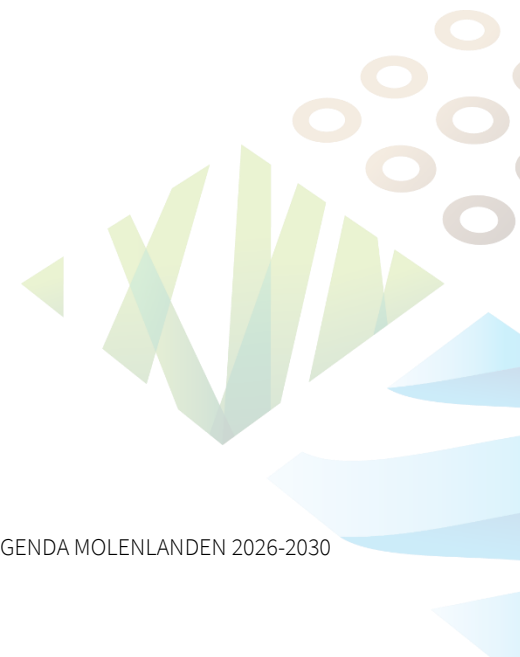
Dag- en verblijfsrecreatie voorzieningen toevoegen & inspelen op kansrijke thema's

We ondersteunen de (door)ontwikkeling van het vrijetijdsaanbod, mits dit van voldoende kwaliteit is en goed wordt beheerd. Dit is nodig om de toenemende recreatiedruk van onze eigen inwoners en die uit omliggende gemeenten op te vangen. Het verblijfsrecreatiebeleid uit 2022 blijft van kracht. In deze nieuwe TAM-periode verkennen we drie kansrijke richtingen: agrotourisme, regeneratief toerisme en cultuurtoerisme:

- **Agrotourisme** versterkt de relatie tussen agrariërs, inwoners en bezoekers en speelt in op de groeiende vraag naar een lokale, duurzame en authentieke plattelandsbeleving, van streekproducten tot recreëren en overnachten bij de boer.

- **Regeneratief toerisme** stimuleert bezoekers actief een positieve bijdrage aan de bestemming te leveren. De lokale gemeenschap staat daarbij centraal, net als een evenwichtige relatie tussen inwoner en omgeving.
- **Cultuurtoerisme** maakt een gebied uniek, trekt toeristen en recreanten aan en draagt bij aan de leefbaarheid van het gebied. Cultuurtoerisme functioneert als een cultureel ecosysteem waarin makers, ondernemers, instellingen en overheden samenwerken om het lokale erfgoed en cultureel-toeristisch aanbod te versterken⁵, wat bijdraagt aan een sterkere regionale identiteit en eigenheid. Daarnaast zorgt een verbonden cultuur- en toerismebeleid voor meer investeringen, werkgelegenheid en duurzame ontwikkeling, mits er een evenwicht wordt gevonden tussen toeristische groei en behoud van erfgoed en leefomgeving. Door het aanbod van cultuur en toerisme af te stemmen op lokale kenmerken en behoeften draagt toerisme uiteindelijk ook bij aan een divers en bloeiende culturele samenleving.

⁵ Het versterken van het cultureel-toeristisch aanbod gebeurt onder andere door talent- en productontwikkeling, publieksbereik en financiering met elkaar te verbinden.



Hier staan ter inspiratie vier voorbeelden van deze verschillende vormen van toerisme.



Agrotourisme in de praktijk

De Riekjeshoeve combineert een actieve melkveehouderij met een boerenlandwinkel en koffieboerderij. Bezoekers kunnen streekproducten kopen, zoals eigen zuivel en vlees, en genieten van koffie, high tea en het terras aan het water. Zo ervaren gasten het boerenleven direct, laagdrempelig en authentiek, midden in het polderlandschap.



Bron: Riekjeshoeve, 2026



Cultuurtoerisme in de praktijk

Stichting 750 jaar Alblasserwaard maakt de geschiedenis van de Alblasserwaard actief beleefbaar voor bezoekers. In aanloop naar en tijdens het jubileumjaar 2027 worden culturele activiteiten, evenementen en routes georganiseerd die het landschap, het erfgoed en de verhalen van de regio tot leven brengen.



Bron: Alblasserwaard750, 2026



Agrotourisme in de praktijk

Het Groene Wout is een kleinschalige verblijfsaccommodatie in een voormalige boerderij, omgevormd tot recreatieverblijf en congreslocatie. Gasten kunnen overnachten in het B&B-deel of in groepsaccommodaties met eigen terrassen en uitzicht op de Alblasserwaard. De locatie organiseert ook activiteiten rond natuur, wandelen en groepsarrangementen, waardoor bezoekers het landelijke leven beleven in het polderlandschap.



Bron: Het Groene Wout, 2026



Regeneratief toerisme in de praktijk

Werelderfgoed Kinderdijk is volop bezig met streven naar regeneratief toerisme en wil dat bezoekers een positieve bijdrage leveren aan de plek. Ze vragen bezoekers de omgeving en haar inwoners met respect te behandelen en zich bewust te zijn dat hun bezoek bijdraagt aan het behoud van het erfgoed.

Ook is er een fonds opgericht waarmee maatschappelijke organisaties een bezoek kunnen brengen aan Werelderfgoed Kinderdijk.



Bron: Publiekvisie UNESCO Werelderfgoed Kinderdijk, 2024

Ontwikkeling recreatieve poorten

Onze regio heeft veel te bieden maar de bezoekersstromen concentreren zich nu vooral rond de iconen zoals Avonturenboerderij Molenwaard en Kinderdijk. Om samenhang en zichtbaarheid maar zeker ook spreiding te verbeteren is het van belang om bezoekers letterlijk en figuurlijk op weg te helpen: met uniforme informatie en herkenbare in- en overstappunten zodat de Alblasserwaard op een duurzame manier beleefd kan worden.

Deze strategisch gelegen 'toegangspoorten' zijn daarbij geen doel op zich maar instrumenten, plekken waar je verleid wordt om het gebied verder te ontdekken, waar je in één oogopslag aanbod en beleving kan vinden. Daarnaast wordt door de toegangspoorten de herkenbaarheid van het gebied verder vergroot.

Verhalen en iconen beleefbaar maken

In de TAM 2021–2025 zijn al kansen benoemd om de iconen en verhalen van Molenlanden beter zichtbaar en toegankelijk te maken, zoals de molens, agro en food, historische kernen, zoals Vestingstad Nieuwpoort en ons overige erfgoed. Zo kunnen inwoners en bezoekers deze plekken echt beleven en ontdekken wat ze bijzonder maakt. Er bestaan al initiatieven, maar er is te weinig capaciteit om deze te realiseren en samen te voegen in een thematische route. Hier zien wij een belangrijke rol voor de DMO en wij stimuleren deze ontwikkeling actief.

1.2.3 Toerisme en recreatie in balans met leefomgeving

We blijven sturen op **toerisme en recreatie in balans**. Die balans wordt steeds belangrijker, omdat het aantal bezoekers naar verwachting groeit en inwoners meer gaan recreëren. Daarmee neemt de druk op de ruimte toe. Monitoring is hiervoor belangrijk. We gebruiken cijfers en data om onze keuzes goed te onderbouwen.

We hechten waarde aan een gezond ondernemersklimaat. Ondernemers en organisaties geven aan dat inwoners buiten de dijkdorpen weinig hinder ervaren en dat er in de rest van de gemeente juist ruimte is voor groei. Dit beeld sluit aan bij de uitkomsten uit het inwonersonderzoek uit 2025 (zie hoofdstuk 2): de meeste inwoners vinden het aantal bezoekers in Molenlanden 'niet te weinig en niet te veel'. Alleen in het onderzoeksgebied waar Kinderdijk onder valt (samen met Nieuw-Lekkerland, Streefkerk, Groot Ammers, Langerak en Waal en Nieuwpoort) geven meer respondenten aan dat het aantal bezoekers te veel is. Toeristische ondernemers benadrukken dat de balansambitie hun ontwikkelmogelijkheden niet mag beperken. Dat signaal nemen we serieus: we blijven letten op balans, maar streven naar voldoende ontwikkelruimte voor ondernemers.

Wat willen we bereiken?

- In 2030 spreiden we bezoekers nog beter, zodat de economische spin-off beter over de gemeente voelbaar is, evenals de positieve effecten op de leefbaarheid.
- We blijven de beleving van inwoners monitoren. In 2030 wordt de balans tussen toerisme en leefbaarheid door inwoners nog steeds als goed bestempeld.

Spreding van toeristen en recreanten: de hele gemeente profiteert

We blijven inzetten op het spreiden van toeristen en recreanten (bezoekers en bewoners) in ruimte en tijd. We werken samen met onze partners aan:

- Gebiedsmarketing: doelgroepen bewust wel of niet aanspreken voorafgaand aan bezoek. We richten ons op de 'kwaliteitstoerist'; bezoekers die voor onze verhaallijnen komen en het DNA van ons gebied.
- Toeristen en recreanten beter spreiden in ruimte en tijd door goede online en offline informatievoorziening, bewegwijzering en

informatieborden, thematische routes en ondernemers die samenwerken (bijvoorbeeld door arrangementen aan te bieden).

- Toezicht en handhaving en het stimuleren van gewenst gedrag door subtiele prikkels en duwtjes in de goede richting.

Inwoners betrekken

In 2021 en 2025 is een inwonersonderzoek uitgevoerd. De hoge respons laten zien dat inwoners betrokken willen worden. Het onderzoek wordt in 2029 herhaald.

1.2.4 Samenwerking bevorderen en kennisuitwisseling

Uit de evaluatie blijkt dat ondernemers ons goed weten te vinden en tevreden zijn over het contact met de gemeente. De lijntjes zijn kort en de betrokkenheid is groot. De samenwerking tussen ondernemers en organisaties kan echter nog beter, bijvoorbeeld in regionaal verband. Een belangrijke oorzaak is het ontbreken van een partij die hier regie op voert. Wij zullen professionaliseringsactiviteiten, zoals trainingen en netwerkbijeenkomsten, ondersteunen en mede ontwikkelen. Het coördineren van de samenwerking kan worden belegd bij de nieuw op te richten DMO.

Wat willen we bereiken?

- De professionele DMO functioneert als netwerkorganisatie, zodat partijen binnen en buiten de gemeente elkaar eenvoudig vinden en kennis uitwisselen.
- De gemeente faciliteert professionaliseringsactiviteiten, zoals workshops, trainingen en netwerkbijeenkomsten, om partijen samen te brengen.

Samenwerking tussen toeristisch- recreatieve ondernemers

Door ons vrijetijdsaanbod te bundelen, bezoekers actief door te verwijzen en ervaringen uit te wisselen, profiteren meer plekken en ondernemers in de gemeente van toerisme en recreatie. Dat begint bij elkaar kennen: weten wat de ander doet en te bieden heeft. Door beter samen te werken, versterken we de sector, professionaliseren we het aanbod en nodigen we bezoekers en inwoners uit terug te komen. Dit willen we samen met de nieuw op te richten DMO, oppakken en vormgeven.

Regionale samenwerking

Er liggen veel kansen in regionale samenwerking, bijvoorbeeld op het gebied van gebiedsmarketing (zie speerpunt 1), het benutten van provinciale en regionale subsidieregelingen zoals Leader en deelname aan projecten en onderzoeken, bijvoorbeeld rond regeneratief toerisme, de regionale kansenkaart en agrotourisme. Afstemming is belangrijk om nieuwe initiatieven goed te integreren. Als gemeente blijven we ons inzetten om de komende jaren actief samen te werken in regionaal verband. Belangrijke regionale samenwerkingsverbanden zijn o.a. het Groene Hart Programma Recreatie, Toerisme en Groen en de Overlegtafel Vrijetijdseconomie met gemeenten Gorinchem en Vijfheerenlanden.

Professionaliseringsslag sector: kennis en ervaringen uitwisselen

Uit de evaluatie van de TAM 2021–2025 blijkt dat een deel van het kleinschalige toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente niet duurzaam is: nieuwe initiatieven ontstaan, maar verdwijnen ook weer. Oorzaken die worden genoemd zijn personele problemen, een ingewikkelde en kostbare opstart en het vele werk dat vaak naast een fulltimebaan wordt gedaan.

We willen de sector helpen om verder te professionaliseren, door trainingen, inspiratiesessies en coaching aan te bieden. Daarnaast investeren we in onderzoek en kennisdeling, zodat we samen bouwen aan

een toekomstbestendige vrijetijdssector. Daarbij besteden we ook aandacht aan het onderwerp bedrijfsopvolging.



Samenwerken in de praktijk

Een goed voorbeeld van het bevorderen van samenwerking is het organiseren van een 'Broodje kennis' sessie en/of workshop. Twee keer per jaar, bijvoorbeeld aan het begin en einde van het toeristisch seizoen, komen ondernemers samen om onder het genot van een broodje en drankje kennis en ervaringen uit te wisselen.

Tijdens de kennissessie wordt ingegaan op een thema, bijvoorbeeld het gebruik van social media. Een social media expert vertelt dan hoe een ondernemer efficiënte marketing en promotie kan doen via verschillende platforms. Verder is er de mogelijkheid om elkaar te ontmoeten en te netwerken.



Bron: Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Totstandkoming en onderbouwing



2. Totstandkoming en onderbouwing koers

De koers in hoofdstuk 1 is niet op papier ontstaan, maar opgebouwd uit ervaringen, inzichten en gesprekken. In dit hoofdstuk laten we zien welke bouwstenen daaraan ten grondslag liggen. We keken terug op de TAM 2021–2025, herhaalden het inwonersonderzoek en brachten trends en actueel beleid in beeld. Deze analyses zijn besproken met een afspiegeling van de vrijetijdssector en de gemeente (zie bijlage 2) en gedeeld tijdens een brede bijeenkomst met toeristisch recreatieve ondernemers, inwoners en raadsleden. Op basis hiervan is de nieuwe koers bepaald. Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, dat ook de TAM 2021–2025 opstelde, begeleidde dit proces.

Hieronder hebben we kort de verschillende onderdelen toegelicht.

2.1 Evaluatie TAM 2021-2025

We zijn begonnen met een evaluatie van de TAM periode 2021-2025. We hebben:

- De ambities en doelen getoetst;
- Gesprekken gevoerd met (een deel van) het werkveld;
- En een peiling uitgezet onder alle toeristisch-recreatieve ondernemers en organisaties.

Conclusies evaluatie

De belangrijkste conclusies zijn:

We hebben met de Toeristische Agenda Molenlanden 2021–2025 ons toeristisch beleid versterkt en verbreed. Er zijn resultaten geboekt op het gebied van verbreding van het aanbod, toename aantal overnachtingen professionalisering en samenwerking. Daarnaast vinden we de focus op kwaliteit belangrijker dan kwantiteit. Inwoners zijn actief betrokken via een inwonersonderzoek. Daarnaast zijn een cultuur- en recreatiekaart gerealiseerd, rustpunten gecreëerd en konden ondernemers deelnemen aan het 'Ken Uw Gast'-traject. Op het gebied van monitoring en educatie zijn eerste stappen gezet, maar in de volgende beleidsperiode liggen hier nog duidelijke kansen voor verdieping.

Uit de gesprekken met het werkveld blijkt het volgende:

- Er is behoefte aan een professionele destinationmarketingorganisatie;
- De wens bestaat om (nieuwe) kleine ondernemers te helpen bij het starten en voortzetten van hun bedrijf;
- Er moet meer worden ingezet op de ontwikkeling van dagrecreatieaanbod, waaronder evenementen, routes en daaraan gerelateerde voorzieningen;
- Inzet blijft nodig om de sector verblijfsrecreatie verder te versterken aan de hand van de Beleidsnota Verblijfsrecreatie Molenlanden 2022.
- Er is grote behoefte aan meer regionale samenwerking;
- Het is kansrijk om meer te doen met agrotoerisme en regeneratief toerisme.

En uit de ondernemerspeiling blijkt:

Een deel van de ondernemers is niet bekend met de TAM. Wie de TAM wel kent, staat er overwegend neutraal tegenover, terwijl sommige ondernemers positief zijn en anderen kritisch. Vooral de ambities om meer aanbod voor bezoekers en bewoners te realiseren en een sterk toeristisch profiel neer te zetten, worden als onvoldoende behaald ervaren. Ook kwam naar boven dat men vaak niet weet dat afgeronde projecten onderdeel zijn van de TAM 2021-2025.

Ondernemers vinden dat de focus van de TAM 2026-2030 moet liggen op gebiedspromotie, uitbreiding van het aanbod (kansrijk: agrotourisme, dagrecreatie en duurzaam toerisme), verbetering van de (route)infrastructuur en het versterken van samenwerking binnen de sector. Ondernemers zijn zelf verantwoordelijk voor het aanbod, maar zien een faciliterende en verbindende rol weggelegd voor de gemeente.

2.2 Uitkomsten Inwonersonderzoek 2025

Voor het bepalen van de koers hebben we ook inwoners geraadpleegd. In het voorjaar van 2025 is een inwonersonderzoek uitgezet, vergelijkbaar met het onderzoek uit 2021. Uit de resultaten spreekt trots en positieve waardering voor het toerisme in Molenlanden. Inwoners zijn vaak trots op hun gemeente, op de bekende en minder bekende plekken en zien de voordelen van het bezoek aan hun gemeente. Het aantal bezoekers is op dit moment voor de meeste respondenten in balans. Tegelijkertijd spreken uit het onderzoek ook zorgen en aandachtspunten. De belangrijkste conclusies zijn:

Voorzieningen voor inwoners

De meningen van inwoners over de recreatieve voorzieningen in Molenlanden zijn verdeeld. Ook verschillen de meningen per voorziening.

Fietsvoorzieningen, waterrecreatie en zwembaden scoren hoog, terwijl winkelaanbod, uitgaan en wandelvoorzieningen minder goed gewaardeerd worden. De kwaliteit van restaurants, zwembaden, vis- en wandelmogelijkheden wordt positief beoordeeld, maar zwemvoorzieningen bij natuurwater en mountainbikepaden kunnen beter. Uit open antwoorden blijkt behoefte aan veilige en aantrekkelijke wandel- en fietsroutes, extra zwemvoorzieningen, kleinschalige horeca, speelplekken voor kinderen, ontmoetingsplaatsen voor jongeren en ruiterspaden.

Omvang toerisme

De meeste inwoners ervaren het bezoekersaantal in Molenlanden als in balans of hebben geen uitgesproken mening. De positieve en negatieve meningen over te veel of te weinig bezoekers zijn ongeveer gelijk verdeeld. In Nieuw-Lekkerland, Streefkerk, Groot Ammers, Langerak, Waal, Nieuwpoort en Kinderdijk zijn de meningen vaker kritisch. Deze balans komt overeen met het onderzoek uit 2021. Over het algemeen lijkt het huidige toerisme niet als overmatig te worden ervaren, maar blijft het een aandachtspunt in specifieke gebieden en periodes, zoals bij drukte in vakanties en weekenden.

Positieve effecten

Veel inwoners zien de voordelen van toerisme in Molenlanden, zoals de bijdrage aan de lokale economie en het behoud van voorzieningen. Inwoners raden bezoekers aan te genieten van de natuur, het landschap, bekende plekken, zoals Werelderfgoed Kinderdijk en musea, gezinsactiviteiten en horeca. Tegelijkertijd signaleren ze verbeterpunten, bijvoorbeeld in onderhoud, bewegwijzering en veiligheid van routes, rustpunten, winkels, horeca en kleinschalige logies. Ook spreiding van bezoekers wordt genoemd.

Drukke en nadelige effecten

Inwoners ervaren vooral mobiliteitsproblemen, door drukke op wegen, fiets- en wandelpaden, parkeerplaatsen, in de eigen straat en in natuurgebieden, met piekmomenten bij mooi weer, weekenden, feestdagen en vakanties. Een kwart van de inwoners maakt zich zorgen over het kleinschalige karakter, het dorpsgevoel, schade aan erfgoed en drukke, maar een aanzienlijk deel ervaart geen hinder. De druktebeleving is stabiel ten opzichte van 2021.

Balans en toekomst

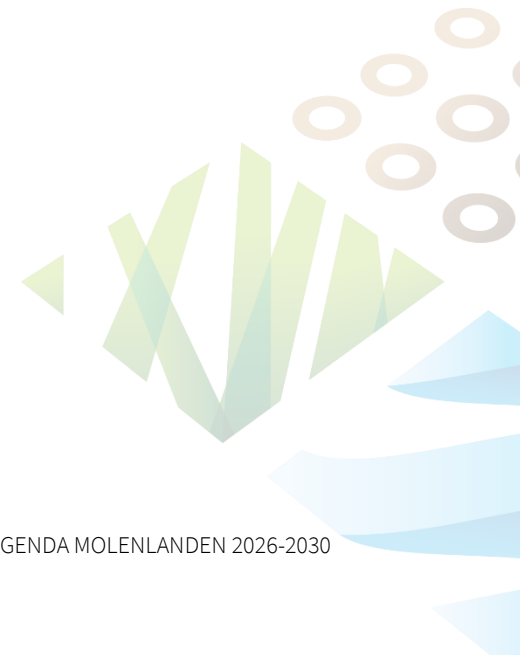
Meer dan de helft van de respondenten vindt dat het bezoek mag worden gestimuleerd, mits op passende schaal. Ongeveer 18% is het hier niet mee eens en 32% maakt zich zorgen over mogelijke overlast bij groei. Inwoners vragen om aandacht voor natuur, groen, leefklimaat en cultuurbehoud. Toerisme kan worden ontwikkeld, zolang rust, veiligheid en leefbaarheid voor bewoners gewaarborgd blijven.

Kinderdijk

Inwoners in en om Kinderdijk waarderen het Werelderfgoed en recreëren hier regelmatig, vooral door te gaan wandelen en fietsen. Ze zien de positieve effecten van toerisme, zoals behoud van de molens en bereikbaarheid en zijn overwegend trots op hun omgeving. Tegelijkertijd ervaren ze verkeersdrukke, foutparkeren, afvalproblemen en onveilige situaties op fietspaden, vooral op drukke dagen. Er is brede steun voor verbeteringen in verkeersafwikkeling, informatievoorziening, zwerfafval en handhaving. Bewoners vragen om een goede balans tussen toeristisch gebruik en leefbaarheid.

2.3 Feiten en cijfers

We hebben in 2021 de TAM vastgesteld met als doel het toerisme in de gemeente op een duurzame, gedragen en toekomstgerichte manier te versterken. Bij het bepalen van de koers hebben we ons onder andere laten leiden door actuele feiten, cijfers, trends en ontwikkelingen. Zo is er nieuw aanbod bijgekomen en zijn de toeristische overnachtingen toegenomen. In tabel 2.1 op de volgende pagina staan de meest actuele cijfers, gevolgd door trends en ontwikkelingen.



Tabel 2.1: Actuele cijfers en ontwikkeling tijdens TAM periode 2021-2025

	Cijfers bij aanvang TAM	Actuele cijfers en ontwikkeling	Toelichting
Werkgelegenheid	Aantal banen 2020: 640 Aandeel op totale werkgelegenheid: 4,5%	Aantal banen 2024: 670 Aandeel op totale werkgelegenheid 2024: 4,4% Conclusie: toename in aantal	In de provincie Zuid-Holland is het aandeel horeca, recreatie en cultuur op de totale werkgelegenheid in 2024 6,3% en landelijk gezien 7,5% (LISA, 2025). De werkgelegenheid die de vrijetijdseconomie genereert ligt in Molenlanden nog steeds onder het provinciale en landelijk niveau.
Overnachtingen ⁶	Aantal 2019: +/- 38.000	Aantal 2024: 209.000 ⁷ Conclusie: forse toename	De afgelopen jaren is het aantal overnachtingen flink gestegen, met name dankzij de herontwikkeling van een voormalige camping tot Familie Resort Molenwaard, Ottoland.
Dagbezoekers	Werelderfgoed Kinderdijk 2019 ⁸ : 363.589 betalende bezoekers (ca. 700.000 incl. niet betalend) Avonturenboerderij Molenwaard 2019: 160.000	Werelderfgoed Kinderdijk 2024: 367.000 betalende bezoekers en een onbekend aantal niet-betalende bezoekers Avonturenboerderij Molenwaard 2024: +/- 300.000 bezoekers Conclusie: (forse) toename	De twee grote trekpleisters in onze gemeente hebben de afgelopen jaren (veel) meer bezoekers ontvangen.
Aanbod	Aantal slaapplekken 2019: 875 bedden ⁹ Aantal slaapplekken 2022: 1700 bedden ¹⁰	Aantal slaapplekken 2025: +/- 1.900 bedden Conclusie: forse toename	Het aantal slaapplekken is tussen 2022 en 2025 met 12% sterk gegroeid, wat hoger is dan de provinciale groei van 11% en ruim boven de landelijke groei van bijna 3% (CBS, 2025).

⁶ We hebben 2019 aangehouden, omdat 2020 een afwijkend jaar was door de invloed van de coronapandemie en bijbehorende maatregelen.

⁷ Op basis van gegevens uit de opgaven toeristenbelasting 2024

⁸ We hebben 2019 aangehouden, omdat 2020 een afwijkend jaar was door de invloed van de coronapandemie en bijbehorende maatregelen.

⁹ Gebaseerd op aanbod van Den Haneker en PolderLeven.

¹⁰ Gebaseerd op gemeentelijke registraties, aangevuld met schattingen op basis van deskresearch voor ontbrekende gegevens.

2.3.1 Relevante trends & ontwikkelingen

Aantal verblijfsgasten sterk gestegen

Het toerisme in Nederland is de afgelopen jaren sterk ontwikkeld en is bijna terug op hetzelfde niveau van voor de coronapandemie. We zien dat in 2024 er in totaal 51,7 miljoen gasten in Nederlandse accommodaties verbleven, een stijging van bijna 5% ten opzichte van 2023. Het aantal internationale bezoekers neemt voornamelijk toe, met een stijging van 5% tot 21,3 miljoen in 2024, terwijl het aantal binnenlandse gasten met 4% groeide tot 30,3 miljoen (CBS, 2025). In de prognoses opgesteld door NBTC zal tot 2035 het aantal verblijfsgasten in Zuid-Holland toenemen met 28% (NBTC, 2025a). Deze toenames zorgen voor kansen waarop Molenlanden kan inspelen.

Groeiende interesse in nieuwe vormen van vakanties

Vakantiegangers zijn steeds vaker op zoek naar een lokale beleving die meer “back to basic” is. Slapen bij de boer of agrotourisme is hierdoor enorm in trek. De potentie van agrotourisme in Nederland is groot, zowel onder Nederlanders zelf, als onder internationale bezoekers, zoals Vlamingen en Duitsers. Het type verblijfsaccommodatie waar men het liefst in verblijft op het platteland zijn vakantiehuusjes of bungalows, minder graag verblijven ze hierbij in hun eigen kampeermiddel (NBTC, 2023). We zien ook een toegenomen vraag naar kleinschalige accommodatievormen midden in de natuur (Rabobank, 2024). Hierbij hoort een doelgroep dat volledig back-to-basic wil, met zo min mogelijk voorzieningen, maar met zoveel mogelijk natuur om te beleven. Tot slot zien we ook de opkomst van ‘slow travel’, waarbij bezoekers langer op één plek verblijven en zo de bestemming beter leren kennen en begrijpen.

Korte vakanties (1 tot 3 overnachtingen) worden steeds populairder

Deze trips van één tot drie nachten worden niet langer alleen in de zomer gepland, maar verspreid over alle seizoenen. Uit recente cijfers blijkt dat

maar liefst 82% van de Nederlanders in 2025 van plan is een korte vakantie te boeken. Dit benadrukt de groeiende behoefte aan flexibele, korte uitstapjes, waarbij ontspanning en beleving centraal staan (DPG, 2024).

Regeneratief toerisme: een positieve bijdrage aan toerisme

Regeneratief toerisme gaat een stap verder dan duurzaam toerisme. Waar duurzaam toerisme vooral gericht is op het beperken van negatieve effecten, draait regeneratief toerisme om het achterlaten van een bestemming in betere staat dan waarin zij werd aangetroffen. De lokale gemeenschap staat daarbij centraal, net als een evenwichtige relatie tussen mens en omgeving.

Bezoekers leveren actief een positieve bijdrage aan de bestemming en gaan waardevolle ontmoetingen aan met inwoners. Dit kan bijvoorbeeld door participatie in natuurbeheer, zoals wilgen knotten, boerenerven opruimen, het monitoren van flora en fauna via apps of deelname aan kleinschalige (vrijwilligers)herstelprojecten. Regeneratief toerisme sluit bovendien aan bij bredere beleidsdoelen, zoals klimaatadaptatie en biodiversiteitsherstel, en geeft recreatie een duidelijke inhoudelijke meerwaarde (NBTC, 2025b).

2.5 Omgevingsvisie Molenlanden

Eind 2024 is de Omgevingsvisie Molenlanden vastgesteld, deze is ook bepalend voor de koers voor 2026-2030. Toerisme en recreatie komen uitgebreid in de Omgevingsvisie terug. In de Omgevingsvisie wordt onder andere ingezet op:

- **Dagrecreatie**

We stimuleren en ondersteunen initiatieven die bijdragen aan een meer compleet aanbod van dagrecreatie. Het aanbod van

(kleinschalige) horeca, waterrecreatie en cultuurtoerisme krijgen hierbij extra aandacht. We werken samen met de eigenaren en/of exploitanten van de Molenlandse recreatiegebieden zoals bijvoorbeeld de Slingelandse Plassen. Zo zorgen we voor toegankelijke en veilige plekken voor recreatie die aansluiten op het recreatief routenetwerk (fietsen, wandelen, varen).

- **Verblijfsrecreatie**

Om de toeristische overnachtingsmogelijkheden in Molenlanden mee te laten groeien met de vraag naar verblijfsrecreatie ondersteunen en faciliteren wij nieuwe en uitbreidingsinitiatieven. We willen ruimte bieden aan met name lokale initiatieven met een creatief en uniek concept. We zien mogelijkheden om cultureel erfgoed en vrijkomende agrarische bebouwing nieuw leven in te blazen met een verblijfsrecreatieve functie. Het doel is een veelzijdig en kwalitatief hoogwaardig aanbod van verblijfsrecreatie in Molenlanden zodat gasten de kernkwaliteiten en het DNA van Molenlanden optimaal beleven. Aandachtspunt hierbij is dat permante bewoning van recreatieve accommodaties niet is toegestaan.

- **Routenetwerk**

We zetten in op uitbreiding van het routenetwerk voor fietsers en wandelaars, waarbij we aansluiten op het regionale netwerk. Daarbij bewaken we de leefbaarheid, de natuurwaarden en de waterkwaliteit. We investeren in de beleefbaarheid, aantrekkelijkheid, de capaciteit en het comfort van recreatieve wandel- en fietsroutes en de groene verbindingen tussen buurten en kernen en koppelen deze aan onze robuuste Groen-Blauwe dooradering.

- **Nieuwpoort en Kinderdijk**

We streven naar het behoud van het karakter van de kernen van Nieuwpoort en Kinderdijk waarbij de leefbaarheid van de kern voorop staat. Aandachtspunten hierbij zijn de toenemende

verkeersstromen en de druk op de parkeercapaciteit. We stimuleren recreatief verblijf en verbeteren van de belevingswaarde zodat een samengesteld aanbod wordt gerealiseerd.

- **In balans met leefomgeving**

De toenemende intensiteit van recreatieve en toeristische activiteiten kan leiden tot een groter aantal bezoekers, met als gevolg meer verkeer en meer druk op de parkeerruimte. Dit kan een gevoel geven van minder leefbaarheid in de kernen of de natuurlijke omgeving. Bij nieuwe initiatieven maken we daarom de afweging of de aard en schaal passend is op de betreffende locatie. Daarbij zoeken we naar kansen waarop recreatie en toerisme samen kunnen gaan met bijvoorbeeld landschapsversterking, natuurontwikkeling, biodiversiteit en duurzaamheid. Initiatieven mogen geen afbreuk doen aan het landschappelijk karakter van onze gemeente en de algehele leefbaarheid voor onze inwoners mag door toeristische ontwikkelingen niet achteruitgaan. Toerisme en recreatie is dus in balans met de leefomgeving en draagt juist bij aan het voorzieningenniveau in onze gemeente

In de Omgevingsvisie is ook aandacht voor ontwikkelingen in de vrijetijdsector, toenemend bezoek en de impact daarvan op de ruimte, bereikbaarheid en verkeersbewegingen. De ruimteclaim van de ontwikkelingen kan op gespannen voet staan met een groene leefomgeving. Daarom is er extra aandacht nodig voor de leefbaarheid in de kernen. Hier hebben we aandacht voor in de koers.

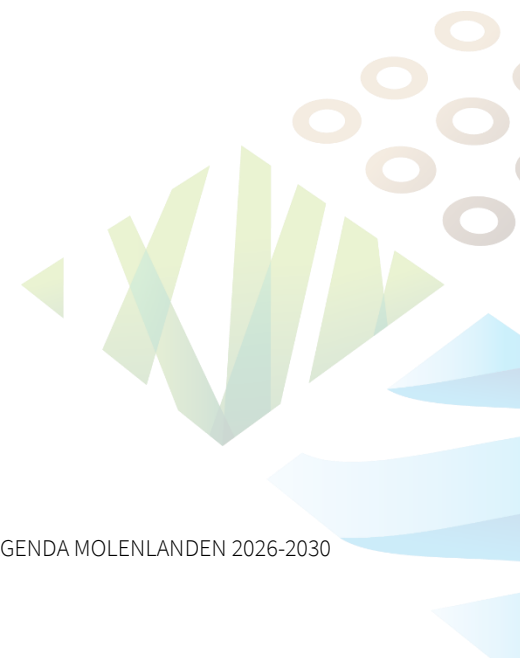
2.6 In gesprek met de sector

Tijdens dit proces zijn we tweemaal bijeengekomen met een zogeheten klankbordgroep. Deze klankbordgroep bestaat uit organisaties en



ondernemers werkzaam binnen de vrijetijdsector. Het doel van deze klankbordgroep is betrokkenheid creëren en ideeën ophalen. De klankbordgroep dacht mee over onderwerpen die binnen de TAM 2021-2025 behandeld werden, maar ook over de nieuwe koers. Tijdens de twee sessies zijn verschillende onderwerpen besproken, zoals: het inwonersonderzoek, de evaluatiegesprekken, inwonersprofijt, toeristische ontwikkelingen, en positionering van Molenlanden ten opzichte van de regio. Onderwerpen die tijdens de sessies onder andere zijn benoemd als relevant bij de actualisering van de TAM zijn:

- **Opzetten van een uitvoeringsorganisatie:** Den Hâneker heeft met het platform Ontdek de Alblasserwaard de laatste jaren met weinig middelen zo goed mogelijk de gebiedsmarketing opgepakt. De klankbordgroep ziet verdere professionalisering van destiniatiemanagement als noodzakelijk en wil hier zelf ook bij betrokken zijn.
- **Positionering van Molenlanden:** met de uitvoering van gebiedsmarketing rijst de volgende vraag: welk gebied dan? Molenlanden valt binnen een breder gebied, zoals de Alblasserwaard en het Groene Hart. Er moet nader worden bepaald op welk gebied de marketing zich moet gaan richten.
- **Focus op inwoners:** hun recreatieve behoeften en wensen. Geef dat meer aandacht.
- **Aandacht voor ondernemerschap:** balans is belangrijk, maar speelt met name rondom Kinderdijk. In veel delen van de gemeente wordt nog ruimte ervaren voor nieuwe ontwikkelingen. Benadruk ook de positieve effecten van toerisme en recreatie op de economie en werkgelegenheid en blijf mogelijkheden bieden voor nieuwe concepten.



Bijlagen



3. Bijlagen

Bijlage 1: Bronnenoverzicht

- Alblasserwaard750. (2026). <https://www.alblasserwaard750.nl/>
- CBS. (2025). *Meer dan 50 miljoen gasten in logiesaccommodaties in 2024* | CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/10/meer-dan-50-miljoen-gasten-in-logiesaccommodaties-in-2024>
- CBS. (2025). *Logiesaccommodaties; capaciteit, accommodaties, bedden, regio* | CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/82062NED>
- DPG. (2024). *Het vakantiegedrag van de Nederlandse consument in 2025*. <https://www.dpgmediagroup.com/nl-NL/adverteren/grow/inzicht/branche-inzichten/zo-ziet-het-vakantiegedrag-van-de-nederlandse-consument-er-in-2025-uit/>
- Het Groene Wout. (2026). <https://www.hetgroenewout.nl/>
- LISA. (2025). <https://www.lisa.nl/>
- NBTC. (2023). *Onderzoek naar de potentie van plattelandsvakanties in Nederland*. <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/onderzoek-plattelandsvakanties?disposition=inline>
- Rabobank. (2024). *Recordjaar? Zo voelt dat niet in de horeca- en recreatiesector*. <https://www.rabobank.nl/kennis/d011418430-recordjaar-zo-voelt-dat-niet-in-de-horeca-en-recreatiesector>
- Riekjeshoeve. (2026). <https://www.riekjeshoeve.nl/>
- NBTC. (2025a). *Forecast 2035*. <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/download-nbtc-celth-forecast-2035-landelijke-prognose-nl?disposition=inline>
- NBTC. (2025b). *Trendpublicatie 2025*. <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/trendpublicatie-2025?disposition=inline>

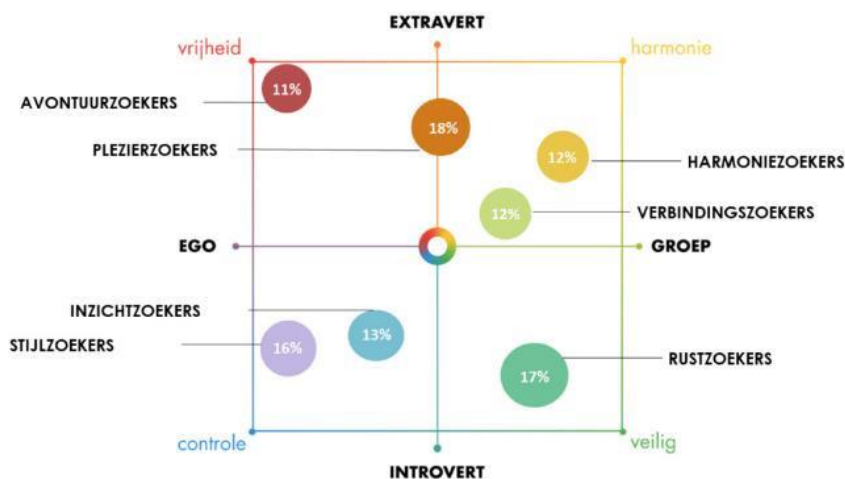
Bijlage 2: Deelnemers klankbordgroep

- Maarten van Helden, Wethouder Toerisme & Recreatie gemeente Molenlanden
- Mariëlle Runge, Adviseur Toerisme & Recreatie gemeente Molenlanden
- Annelies Klein-Bongers, Adviseur Toerisme & Recreatie gemeente Molenlanden
- Annemiek Rieffel, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
- Thomas Logemann, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
- Jeanet de Jong, Stichting Werelderfgoed Kinderdijk
- Elco van den Berg, Voorzitter werkgroep toerisme en recreatie Den Hâneker en eigenaar De Gespreide Herberg
- Cees van der Vlist, Stichting Vestingstad Nieuwpoort
- Annie Slob Stichting Stadsboerderij Vredebest
- Corine Monster, Bestuurslid Den Hâneker en Kaasboerderij De Graafstroom
- Jan Boele, Gebiedscoalitie en Cultuur
- Peter Paul Klapwijk, Molenaar Werelderfgoed Kinderdijk/onderzoek Regeneratief Toerisme
- Wilma de Moel, eigenaar Kanocentrum Waterwaard
- Michael van Hoorne, Avonturenboerderij Molenwaard en Familie Resort Molenwaard
- Leo Kool, eigenaar Golfbaan, Restaurant, B&B en Groepsaccommodatie Maria Johanna Hoeve
- Jelmer den Hartog, eigenaar B&B, groepsaccommodatie en Rustpunt Het Groene Wout

Bijlage 3: Leefstijlvinder en leefstijlen

Voor de doelgroepen maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door MarketResponse in opdracht van alle provincies en een aantal adviesbureaus. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. Dit zijn de zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. De zeven leefstijlen zijn weergegeven in onderstaand figuur.

Figuur Model Leefstijlvinder (Leefstijlvinder, 2025)



Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of

mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke en gezellige mensen met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd: doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven als 'gewoon' en hartelijk. Voor verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te

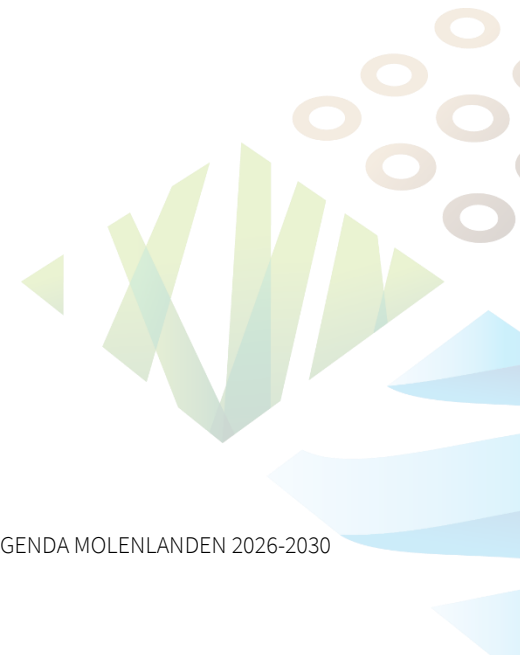
zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuinieren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie: *meten is weten!*

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. *Gáán!*





Boerenburenwandeling

Rondje Jacobsbrug