

BEWUSTE BESTEMMING NOORD-HOLLAND NOORD

21 NOVEMBER 2022



BEWUSTE BESTEMMING NOORD-HOLLAND NOORD

21 NOVEMBER 2022

Status:

Eindrapportage

Datum:

21 november 2022

Ben product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
BSP-Amsterdam@sweco.nl

Team Vrije tijd
Ir. Peter Bergmans
Elena Peeters MSc
Drs. Toine Hooft
Drs. Arno Ruis

Voor meer informatie: Ir. Peter Bergmans, peter.bergmans@sweco.nl

Review:

Drs. Toine Hooft

In opdracht van:

Provincie Noord-Holland



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 20210293

Referentie: 20210293 Noord-Holland Noord Gebiedsanalyse_211122

SAMENVATTING	7
INLEIDING	12
DEEL 1 - HOOFDRAPPORT	17
1 UITKOMSTEN GEBIEDSANALYSE NOORD-HOLLAND NOORD	18
1.1 INTRODUCTIE NOORD-HOLLAND NOORD	
1.2 TOERISME EN RECREATIE IN NOORD-HOLLAND NOORD	
1.3 NOORD-HOLLAND NOORD IN HET KORT	
2 AMBITIE BEWUSTE BESTEMMING NOORD-HOLLAND NOORD.....	38
2.1 AMBITIE 1: IEDEREEN PROFITEERT	
2.2 AMBITIE 2: DE VRIJETIJDSECTOR IS TOEKOMSTBESTENDIG: DUURZAAM, ROBUUST EN ADAPTIEF	
2.3 AMBITIES SAMENGEVAT	
3 ONTWIKKELKADER: THEMA'S EN HOOFDOPGAVEN	43
3.1 ORGANISEREND VERMOGEN: GOVERNANCE EN ORGANISATIE	
3.2 LEEFOMGEVING	
3.3 VRIJETIJDSAANBOD	
3.4 HUMAN CAPITAL	
3.5 SMARTNESS	
3.6 OVERZICHT OPGAVEN	
4 VAN ANALYSE NAAR UITVOERING.....	54
4.1 ORGANISATIE EN GOVERNANCE	
4.2 INSPIRATIE VOOR UITVOERINGSPROGRAMMA: BESTEMMINGSONTWIKKELING EN VRAAGSTURING	
4.3 MONITORING EN EVALUATIE	
5 ROUTEKAART: AAN DE SLAG!	63
5.1 DE ROUTEKAART	
5.2 AAN DE SLAG!	
DEEL 2 – ANALYSERAPPORT	65
6 HET DNA VAN NOORD-HOLLAND NOORD	66
6.1 ZEE AAN RUIMTE, LAND VOL CULTUUR	

7	PROFIEL AANBOD TOERISME EN RECREATIE	76
7.1	NOORDZEEKUST POPULAIR VOOR VERBLIJFSACCOMMODATIES	
7.2	DAGRECREATIE	
7.3	INNOVATIE	
7.4	CONCLUSIES AANBOD	
8	INWONERS- EN BEZOEKERSPROFIEL.....	87
8.1	MEER BEWONERS EN BEZOEKERS IN DE TOEKOMST	
8.2	TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	
8.3	LEEFSTIJLANALYSE	
8.4	CONCLUSIE	
9	BELEID, MARKETING EN ORGANISATIE	96
9.1	ANALYSE HUIDIGE BELEID EN SAMENWERKING	
9.2	ANALYSE MARKETING	
9.3	ORGANISATIEKRACHT	
9.4	CONCLUSIE BELEID, MARKETING EN ORGANISATIE	
10	GEBIEDSOPGAVEN	108
11	DE WAARDE VAN TOERISME EN RECREATIE.....	112
11.1	PEOPLE: VRIJETIJDSVOORZIENINGEN VOOR BEZOEKERS ÉN BEWONERS	
11.2	PLANET: IMPACT OP DE LEEFOMGEVING RELATIEF GERING	
11.3	PROFIT: WAARDE IN BANEN EN BESTEDINGEN	
11.4	WAARDEN IN EVENWICHT	
11.5	SENTIMENT TEN OPZICHTE VAN TOERISME EN RECREATIE	
11.6	UITEENLOPENDE WAARDEN TOERISME EN RECREATIE	
	BIJLAGE 1 AFKORTINGEN- EN BEGRIPPENLIJST	
	BIJLAGE 2 INTERVIEWLIJST	
	BIJLAGE 3 LEEFSTIJLANALYSE	
	BIJLAGE 4 PRAKTISCHE TOEPASBAARHEID PPP MODEL	
	BIJLAGE 5 INWONERS EN BEZOEKERSPROFIEL	
	BIJLAGE 6 WAARDEN VAN TOERISME EN RECREATIE	

SAMENVATTING

Noord-Holland Noord is voor bezoekers een aantrekkelijke toeristische bestemming. De stranden en duingebieden, het water, Texel, de historische dorpen en steden: het is er allemaal en ze staan garant voor een aangenaam verblijf. De regio mag trots zijn op wat zij heeft te bieden. Maar de nieuwe kijk op toerisme, zoals geschetst in het “Perspectief 2030 Bestemming Nederland”¹ geeft een extra uitdaging aan gebieden en legt de lat hoger dan alleen een aantrekkelijke bestemming zijn. Toerisme en recreatie zijn daarin geen doel op zich, maar juist een middel om impact te maken op sociale, ecologische en economische waarden van de regio. Voor inwoners, bezoekers én ondernemers en werknemers in het gastvrijheidsdomein. Wanneer dat is geoptimaliseerd spreken we van een Bewuste Bestemming. Om dit voor Noord-Holland Noord te bereiken, is **bestemmingsmanagement** noodzakelijk. Het rapport Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord volgt de stappen van het document “Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad”² (zie figuur 1). Met de uitgevoerde analyses en adviezen wordt een aanzet gegeven om samen tot een integrale aanpak te komen.



FIGUUR 1 ZEVEN STAPPEN VAN BESTEMMINGSMANAGEMENT

Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

¹ Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, 2019

² Opgesteld door: Provincie Utrecht, Provincie Noord-Holland, Provincie Flevoland, IPO, Ministerie van EZK, NBTC, CELTH, HISWA-RECROON, VNG, Marketing Drenthe, Dordrecht Marketing & Partners en Utrecht Marketing.

STAP 1: GEBIEDSANALYSE >>

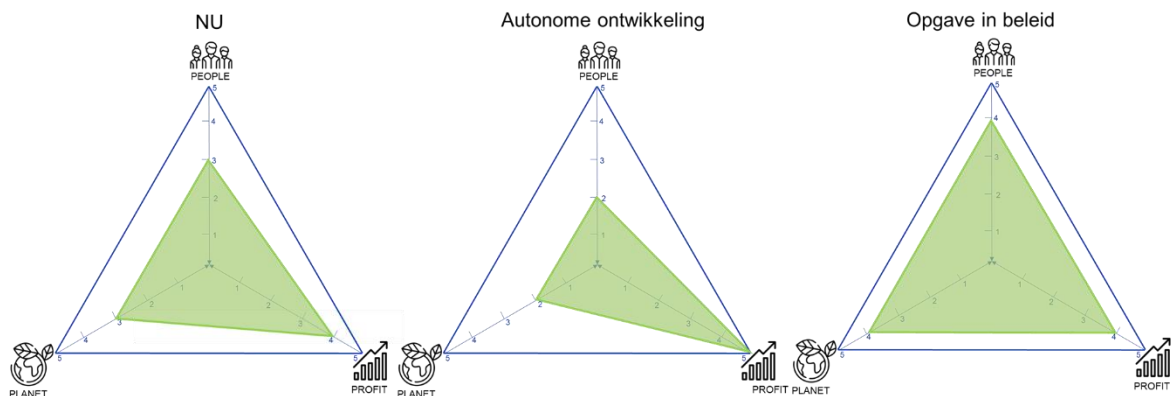
Noord-Holland Noord wordt getypeerd door rust, ruimte, natuur en cultuur – met binnenwater en **altijd omringd door de zee**. In 2021 telde Noord-Holland Noord ruim 6,7 miljoen toeristische overnachtingen en begin 2022 had de regio bijna 700.000 inwoners die een belangrijk deel van hun recreatieactiviteiten doen in de regio. De vrijetijdssector is sterk ontwikkeld langs de Noordzeekust en op Texel, waar de zomer het hoogseizoen is. De spreiding van toeristen, in zowel ruimte als tijd, is hiermee niet optimaal. Meer bezoekers in het binnenland van de regio en buiten de zomermaanden zijn gewenst. Dit kan helpen in voorzieningen in het landelijk gebied te behouden die nu onder druk staan, zoals het openbaar vervoer of de bakker en slager. Om dit te realiseren is een verbeterslag nodig in de verbindingen tussen de deelgebieden en ontsluiting van het toeristisch-recreatieve aanbod.

Met de groei van toerisme en recreatie staat de regio voor een aantal uitdagingen. Nu is toerisme en recreatie op de meeste plekken nog in balans met de draagkracht van de natuur, al kan er lokaal wel hoge druk ontstaan op piekmoment. Daarnaast krijgt ook de werkgelegenheid, die met 19.000 banen al relatief groot is, met deze verwachte groei een impuls. Waarbij het vinden van geschikt personeel, dat nu al lastig is, in de toekomst een extra uitdaging vormt.

De sector kent al een aantal innovatieve ondernemers die inspelen op trends en toekomstige ontwikkelingen. Maar over de volle breedte van de sector is het innovatiegehalte beperkt. Daarbij kan de sector ook actiever inspelen op bredere maatschappelijke en duurzaamheidsopgaven en biedt het aangaan van meer sectoroverschrijdende samenwerkingen kansen.

Momenteel voeren niet alle gemeenten specifiek toerisme- en recreatiebeleid, en het beleid dat er is richt zich doorgaans alleen op de economische voordelen. Met uitzondering van het Texelse beleid, worden de sociaal-maatschappelijke effecten van toerisme en recreatie of impact op de leefomgeving onderbelicht. De beperkte ambtelijke capaciteit bij veel gemeenten staat bestemmingsmanagement in de weg. Ook ontbreekt het veelal aan relevante kennis en data om beleid om te bouwen en te monitoren.

De autonome ontwikkeling, dus zonder actief overheidsbeleid, leidt gemakkelijk tot een verstoring van het evenwicht waarin winstmaximalisatie en werkgelegenheid (Profit) de boventoon voert ten koste van de leefomgeving (Planet) en samenleving (People). Voor een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord is het de opgave om via beleid meer evenwicht te krijgen tussen People, Planet en Profit (zie figuur 2).



FIGUUR 2 ONTWIKKELRICHTINGEN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

STAP 2: AMBITIE >>

Op basis van de gebiedsanalyse is de ambitie voor de regio bepaald. Deze ambitie voor een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord is tweeledig:

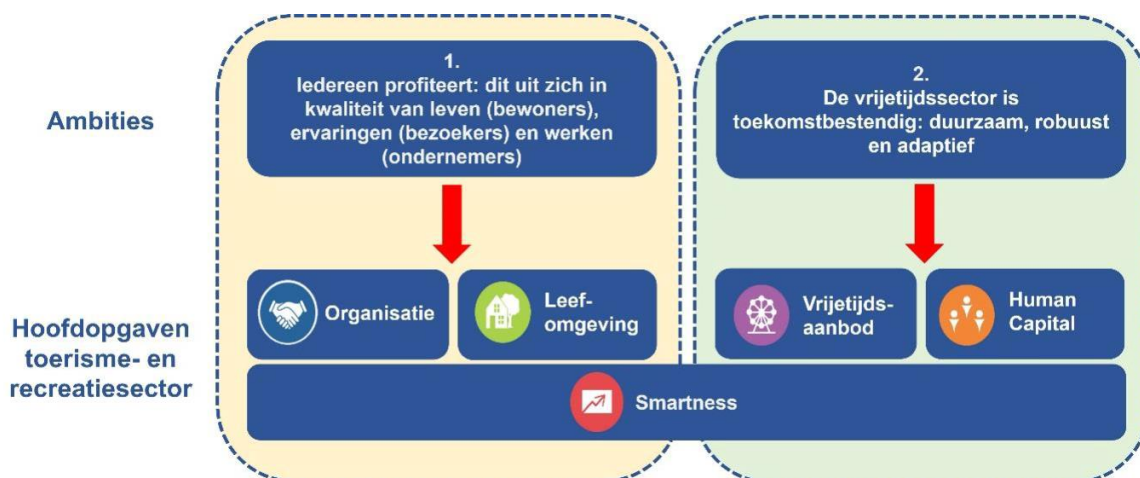
1. **Iedereen profiteert:** dit uit zich in kwaliteit van leven (bewoners), ervaren (bezoekers) en werken (ondernemers)
2. **De vrijetijdsector is toekomstbestendig:** duurzaam, robuust en adaptief

De ambitie geeft aan dat toerisme en recreatie niet op zichzelf staan, maar sterk verweven zijn met andere domeinen binnen de regio. De hoofdpogaven van toerisme en recreatie zijn net zo belangrijk als het bijdragen aan de bredere urgente gebiedsopgaven in de regio en het toevoegen van waarden.

STAP 3: ONTWIKKELKADER >>

In het ontwikkelkader staat centraal hoe Noord-Holland Noord haar bovengenoemde ambitie wil bereiken. Aan de hand van het gedachtengoed van de Agenda Bewuste Bestemming³ is het functioneren, de kwaliteit en veerkracht van de bestemming Noord-Holland Noord in kaart gebracht. Dit is gedaan aan de hand van vijf thema's uit de agenda: organiserend vermogen, leefomgeving, vrijetijdsaanbod, human capital en smartness. De thema's zijn gekoppeld aan de twee ambities voor de regio.

³ Bron: Agenda Bewuste Bestemming, CELTH (2022)



FIGUUR 3 VERBONDEN AMBITIES EN HOOFDOPGAVEN
Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Op elk van de thema's zijn hoofdopgaven voor de regio geformuleerd:

- **Organisatie:** versterken organisatiekracht en samenwerking, onder meer vastgelegd in een toekomstagenda en met gebiedsmarketing meer inspelen op DNA van het gebied
- **Leefomgeving:** spreiding van toerisme en recreatie over de regio, verhoging voorzieningenniveau gericht op bewoners en bezoekers en verduurzaming van het aanbod
- **Vrijetijdsaanbod:** versterken bereikbaarheid, inspelen op gebiedsopgaven en innovatie, waarbij speciaal oog voor vitaliteit verblijfsrecreatie en financiële positie van bedrijven
- **Human Capital:** betere aansluiting onderwijs – praktijk en samenwerking in het werven, vasthouden en ontwikkelen van personeel
- **Smartness:** gestructureerde dataverzameling en monitoring gericht op gebruik en de waarden van de sector voor People, Planet en Profit

VAN ANALYSE NAAR UITVOERING >>

De gepresenteerde ambitie en de daaruit vloeiende opgaven vragen om een krachtig organisatiemodel en aansturing. Het is van belang dat alle partijen betrokken bij toerisme en recreatie in Noord-Holland Noord bijdragen aan de ontwikkeling van de regio. Alleen samen kunnen de opgaven worden opgepakt en kan er gericht en succesvol invulling gegeven worden aan bestemmingsmanagement binnen de regio. Structurele samenwerkingsverbanden tussen overheden en met private partijen zijn hierin essentieel. Zowel binnen de gastvrijheidssector als met partijen daarbuiten.

AAN DE SLAG >>

De analyse en bepaling van ambitie en hoofdpogaven zijn niet het eindpunt van een traject, maar vormen juist het startpunt voor succesvol bestemmingsmanagement in Noord-Holland Noord. Ter inspiratie zijn meerdere voorbeelden gegeven om hier handen en voeten aan te geven. Het is nu aan de (regio)gemeenten en de vrijetijdssector om de ambitie en het ontwikkelkader gezamenlijk te beoordelen, vast te stellen en te voorzien van een uitvoeringsagenda en een daarbij passende organisatiestructuur.

Samen maken we de routekaart naar een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord. Een bestemming waar toerisme en recreatie van toegevoegde waarde zijn voor de leefbaarheid, economie en fysieke omgeving. Een bestemming die tegen een stootje kan en inspeelt op de uitdagingen van de omgeving. En waar bewoners, bezoekers én bedrijven de vruchten plukken!

INLEIDING

WAAROM AAN DE SLAG MET TOERISTISCH-RECREATIEVE ONTWIKKELING IN NOORD-HOLLAND NOORD?

Veel gaat toch goed in Noord-Holland Noord? Zeker, met parels als Texel, de Noordzeekust, de stad Alkmaar en de historische stedendriehoek in Westfriesland mag de bestemming Noord-Holland Noord jaarlijks vele bezoekers verwelkomen. De mogelijkheden voor recreatie van eigen inwoners en Nederlanders van buiten de regio zijn zeer divers. En met het badtoerisme is Noord-Holland Noord ook één van de oudste toeristische bestemmingen in Nederland die de Duitse badtoerist bijna als vanzelf weet te vinden.

En toch zien wij een grote urgentie om samen aan de slag te gaan met de bestemming Noord-Holland Noord. Want de regio kan zo veel beter, soms zelfs móet zo veel beter. Ook de wereld om ons heen is dynamisch en biedt nieuwe kansen en uitdagingen waar we als sector nog onvoldoende op voorbereid zijn.

Wat zien we dat de urgentie om aan de slag te gaan met de bestemming Noord-Holland Noord zo groot maakt? De belangrijkste uitdagingen in het nu zijn:

1. verval van de vitale (verblijfs)recreatiesector voorkomen door middel van herstel van de coronapandemie, meer vernieuwende producten en het creëren van meer ondernemend vermogen dat aansluit bij de veranderde consumenten en bewonersvraag
2. de uitvoering van de samenwerking tussen overheden en bedrijfsleven verbeteren wat onder meer leidt tot een gewaardeerde sector wat weer zorgt voor aantrekkende werking op kwalitatief personeel
3. de structurele drukte in enkele duin- en natuurgebieden, waarbij een regionale aanpak noodzakelijk is om tot oplossingen te komen

En naar de toekomst toe wordt de urgentie alleen nog maar groter. Want er komt veel op de sector en de regio af. We verwachten voor de komende decennia een autonome groei van toerisme van meer dan tien procent. Ook het recreatiegedrag gaat sterk veranderen. Waar en hoe gaan wij die groeiende vraag accommoderen, als we weten dat het nu al te druk is in populaire gebieden en bewoners nu al overlast ervaren?

Urgente gebiedsopgaven als stikstofreductie, energietransitie, klimaatadaptatie en natuurontwikkeling hebben een enorme impact op de sector. De sector heeft hier nog geen antwoord op. We verwachten grote transities in het landelijk gebied, denk bijvoorbeeld aan de gebiedsontwikkeling binnenduintrand. Alleen vanuit een gezamenlijke ambitie en eigen agenda kan de toerisme- en recreatiesector daarbij

een sterke positie innemen en voor haar belangen opkomen. Die agenda en ambitie ontbreken vooralsnog.

Tot slot heeft er landelijk een paradigmaverschuiving plaatsgevonden: van toerisme en recreatie als doel naar toerisme en recreatie als middel om impact te maken. Dit vraagt om een compleet nieuwe kijk naar de sector en toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Dit onderzoek geeft de eerste stap om hier invulling aan te geven. De regio is vervolgens aan zet om de handschoen op te pakken en samen aan de slag te gaan met toeristisch-recreatieve ontwikkeling in Noord-Holland Noord.

NIEUWE KIJK OP TOERISTISCHE ONTWIKKELING?

Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) heeft in 2019 met de publicatie “**Perspectief 2030 Bestemming Nederland**” een nieuwe visie op bestemming Nederland geïntroduceerd: het toekomstbestendig ontwikkelen van de bestemming Nederland, als geliefde, waardevolle en leefbare bestemming. Toerisme (en recreatie) zijn geen doel op zich maar een middel om impact te maken op sociale, ecologische en economische waarde voor de regio en stad. Er is hierbij een verschuiving zichtbaar van promotie/bestemmingsmarketing **naar bestemmingsmanagement**.

Bij bestemmingsmanagement staat het gedeelde belang tussen bewoners, bezoekers en bedrijven centraal. Bestemmingsmanagement wordt omschreven als “Een integrale aanpak van inspanningen gericht op een zo positief mogelijke impact van sociale, ecologische en economische waarde voor een stad of regio, die leidt tot een zo hoog mogelijke kwaliteit van leven voor inwoners, voor optimalisatie van ervaren voor bezoekers/gebruikers van het gastvrijheidsdomein en voor een zo hoog mogelijke waarde voor ondernemers en werknemers. Dit vraagt om afstemming van beleid met andere domeinen⁴”.

Na het advies ‘Waardevol toerisme: onze leefomgeving verdient het’⁵ en de Herijkte Actieagenda⁶ is het gedachtengoed van Bewuste Bestemming in de afgelopen jaren opgekomen. Recent is de [Agenda Bewuste Bestemmingen](#)⁷ gepubliceerd. Deze agenda geeft een breed denkkader om gestructureerd het functioneren van een bestemming in kaart te brengen, en maakt het daarmee mogelijk invulling te geven aan Perspectief 2030 Bestemming Nederland. In de Agenda Bewuste Bestemmingen zijn vijf thema's onderscheiden om de hoofdpogaven te bepalen: 1) Organiserend vermogen, 2) Leefomgeving, 3) Vrijetijdsaanbod, 4) Human Capital en 5) Smartness.

Met bestemmingsmanagement kan vervolgens richting worden gegeven aan de wijze waarop alle betrokken partijen gezamenlijk de ontwikkeling van een

⁴ Bron: Agenda Bewuste Bestemming, CELTH (april 2022)

⁵ Bron: RLI Advies ‘Waardevol Toerisme’ (2019)

⁶ Bron: NBTC (2021)

⁷ Bron: Agenda Bewuste Bestemming, CELTH (april 2022)

bestemming ter hand nemen. Het gedachtengoed van Bewuste Bestemmingen wordt omarmd door steeds meer provincies, gemeenten, DMO's/CMO's (destinatie- en citymarketingorganisaties) en kennisinstellingen.

Bewuste bestemming

Een stad of regio die proactief werkt met een verhaal, visie, strategie, data en kennis om gericht te sturen op toeristische ontwikkeling. Er is leiderschap, initiatief, innovatie, organiserend vermogen. Een Bewuste Bestemming is in balans. Er wordt bewust omgegaan met belangen en er is afstemming. Een bewuste bestemming is adaptief. Men weet dat meebewegen met de maatschappij moet en daartoe de juiste condities nodig zijn. Dit maakt dat een Bewuste Bestemming robuust is en tegelijkertijd flexibel kan meebewegen.

Bron: Agenda Bewuste Bestemming, CELTH (april 2022)



OOK DE PROVINCIE NOORD-HOLLAND OMARMT NIEUWE KIJK >>

De provincie Noord-Holland heeft zich net als andere provincies gecommitteerd aan de lijn Perspectief 2030 Bestemming Nederland, en deze uitgewerkt in de Visie Recreatie en Toerisme 2030. Belangrijk leidmotief in de visie is dat **heel Noord-Holland profiteert van toerisme en recreatie**. Om dit voor Noord-Holland Noord te realiseren, zet de provincie in op bestemmingsmanagement, zodat richting een Bewuste Bestemming gewerkt kan worden. De provincie ondersteunt de deelregio's om concreet invulling te kunnen geven aan de bijbehorende transitieopgave voor toerisme en recreatie.

Voor de Metropoolregio Amsterdam (MRA) is een onderzoek uitgevoerd naar de toeristische en recreatieve omvang en draagkracht in de MRA.⁸ Parellel hieraan is ook een onderzoek uitgezet voor Noord-Holland Noord. Daarmee worden alle regio's en gemeenten binnen de provincie op weg geholpen met het thema bewuste bestemming en bestemmingsmanagement.

BEWUSTE BESTEMMING NOORD-HOLLAND NOORD

Door middel van bestemmingsmanagement kan Noord-Holland Noord ontwikkelen richting een Bewuste Bestemming. Het document "Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad"⁹ biedt in zeven stappen een landelijke leidraad op hoofdlijnen voor een gestructureerde en effectieve toepassing van bestemmingsmanagement.

⁸ Bron: Ontwikkelperspectief recreatie en toerisme MRA Op basis van onderzoek naar omvang en draagkracht (maart 2022), zie <https://www.metropoolregioamsterdam.nl/wp-content/uploads/2022/03/Ontwikkelperspectief-recreatie-en-toerisme-MRA.pdf>

⁹ Opgesteld door: Provincie Utrecht, Provincie Noord-Holland, Provincie Flevoland, IPO, Ministerie van EZK, NBTC, CELTH, HISWA-RECROON, VNG, Marketing Drenthe, Dordrecht Marketing & Partners en Utrecht Marketing.



FIGUUR 4 ZEVEN STAPPEN VAN BESTEMMINGSMANAGEMENT

Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco) is door de provincie gevraagd deze zeven stappen te volgen, te beginnen met een **gedegen gebiedsanalyse (stap 1)**. Deze gebiedsanalyse gaat verder dan een traditionele analyse en confrontatie van de toeristisch-recreatieve vraag en het aanbod. Aspecten als het DNA van het gebied, de bredere gebiedsopgaven en toegevoegde waarde van toerisme en recreatie (People, Planet, Profit) zijn minstens zo relevant. Deze gebiedsanalyse vormt het fundament waarop de regio(gemeenten) Noord-Holland Noord samen met de provincie, het bedrijfsleven, het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord en DMO Holland boven Amsterdam keuzes (en daarmee dus ook acties) kunnen maken voor een Bewuste Bestemming.

Op basis van deze gebiedsanalyse zijn ambities (stap 2) en een ontwikkelkader (stap 3) opgesteld. Voor de invulling van de daarop volgende stappen uit de leidraad (stap 4 tot en met 7) is een advies gegeven. Deze stappen zijn samengevat in de **routekaart naar succesvol bestemmingsmanagement in Noord-Holland Noord** als hulpmiddel voor het gezamenlijk het maken van keuzes en te komen tot uitwerking en acties.

LEESWIJZER >>

Dit rapport is het advies van Bureau Stedelijke Planning aan de provincie Noord-Holland en de zeventien gemeenten in Noord-Holland Noord. De gemeenten kunnen de ambitie Bewuste Bestemming en de routekaart voor bestemmingsmanagement verder vormgeven in samenwerking met hun achterban, bestuurders en het (toeristisch) bedrijfsleven. Het rapport bestaat uit twee delen:

Deel I - Het hoofdrapport, waarbij de zeven stappen voor bestemmingsmanagement uit het document “Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad”¹⁰ worden gevolgd. De te volgen stappen zijn: Analyse, Ambitie, Ontwikkelkader, Bestemmingsontwikkeling, Vraagontwikkeling, Monitoring en Organisatie.

Deel 2 - Het analyserapport, met alle uitkomsten van de gebiedsanalyse, te weten:

1. Het DNA van het gebied
2. Het profiel van het toeristisch-recreatie aanbod
3. Het bezoekersprofiel
4. Het beleid, de marketing en organisatie
5. De bredere gebiedsopgaven
6. De waarden van toerisme en recreatie (People, Planet, Profit)

AANPAK EN PROCES >>

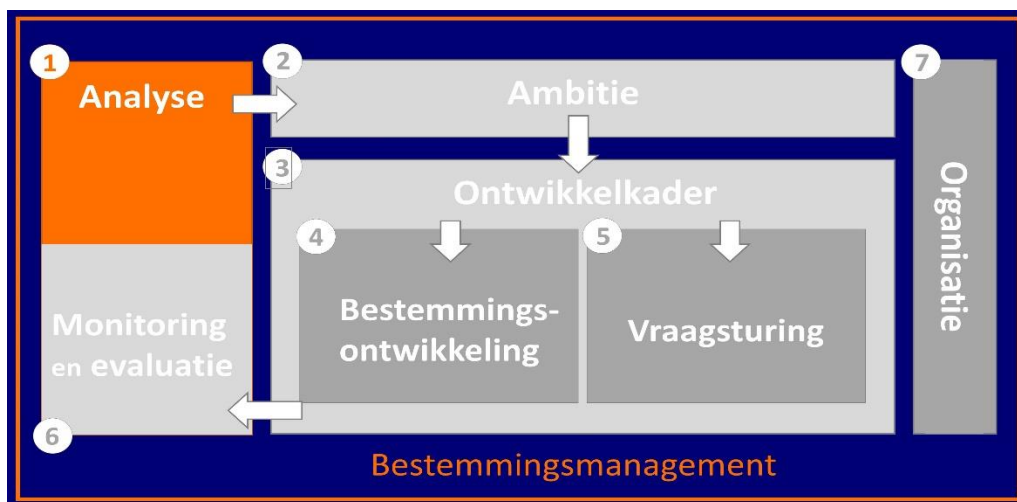
Een gedegen gebiedsanalyse en concrete uitwerking van de ambitie Bewuste Bestemming en bestemmingsmanagement voor een specifieke regio is nieuw. Vandaar dat een intensieve samenwerking met verschillende partners is gezocht om alle denk- en doekracht te bundelen:

- Er is een kleine projectgroep geformeerd met vertegenwoordigers vanuit opdrachtgever en -nemer, die frequent voortgangsoverleg voerden.
- Een begeleidingscommissie bestaande uit vertegenwoordigers van de 17 gemeenten in de regio Noord-Holland Noord is driemaal bijeengekomen om het onderzoek inhoudelijk en procesmatig te begeleiden.
- Er is een tweetal interviewrondes gehouden, met in totaal 31 personen. Zie voor een volledig overzicht bijlage 2.
- Een belangrijk scharnier in de opdracht is een brede werksessie op 9 mei 2022 geweest. In deze sessie, met medewerking van het NBTC en Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH), zijn de uitkomsten van de gebiedsanalyse gepresenteerd en is de deelnemers (gemeenten en andere stakeholders) gevraagd daarop te reflecteren en is gezamenlijk een opstap gemaakt naar de ambitie en het ontwikkelkader.
- Op 13 juli 2022 is het conceptrapport besproken met de begeleidingscommissie. De resultaten daarvan zijn verwerkt in deze eindrapportage.

¹⁰ Opgesteld door: Provincie Utrecht, Provincie Noord-Holland, Provincie Flevoland, IPO, Ministerie van EZK, NBTC, CELTH, HISWA-RECROON, VNG, Marketing Drenthe, Dordrecht Marketing & Partners en Utrecht Marketing.

DEEL 1: HOOFDRAPPORT

1 UITKOMSTEN GEBIEDSANALYSE NOORD-HOLLAND NOORD



FIGUUR 5 STAPPEN BESTEMMINGSMANAGEMENT: ANALYSE

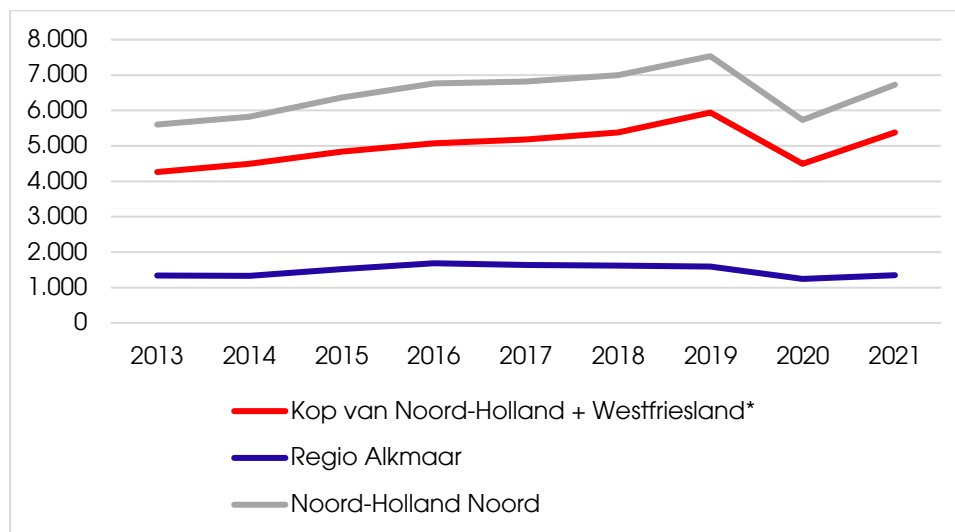
Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

De landelijke leidraad stelt dat integraal bestemmingsmanagement begint met een grondige gebiedsanalyse. Dit is essentieel om te kunnen bepalen waar de bestemming nu staat en de opgaven in kaart te brengen. Voor Noord-Holland Noord zijn de ontwikkelingen van vraag en aanbod, het DNA, beleid, marketing en organisatie, de bredere gebiedsopgaven en de waarden van toerisme en recreatie in kaart gebracht. De analyse vormt de basis voor het ontwikkelen van effectief beleid en succesvol bestemmingsmanagement. In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste uitkomsten van de gebiedsanalyse samengevat. Voor de volledige uitkomsten verwijzen we naar **Deel 2 - het analyserapport**.

1.1 INTRODUCTIE NOORD-HOLLAND NOORD

De regio Noord-Holland Noord bestaat uit 17 gemeenten in drie subregio's: de Kop van Noord-Holland, Westfriesland en Regio Alkmaar. In Noord-Holland Noord wonen in 2022 totaal 683.510 inwoners, bijna een kwart van de totale provincie Noord-Holland¹¹. In 2021 telde Noord-Holland Noord ruim 6.700.000 toeristische overnachtingen.

¹¹ Bron: CBS (2022)



FIGUUR 6 OVERNACHTINGSCIJFERS NOORD-HOLLAND NOORD (X 1.000)

Bron: CBS, 2022. Bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

* data alleen beschikbaar op COROP-niveau

In Noord-Holland Noord werken de zeventien gemeenten samen op het gebied van toerisme en recreatie. Dat doen zij samen met Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, het NBTC, regio- en citymarketingorganisaties, lokale regionale marketinginitiatieven, DMO HbA en provinciale samenwerking op Visit Wadden. De regio wordt getypeerd door rust, ruimte, natuur en cultuur – met binnenwater en altijd omringd door de zee.

Onder de subregio **Kop van Noord-Holland** vallen de vier gemeenten Den Helder, Hollands Kroon, Schagen en Texel. Deze subregio kent 165.632 inwoners, 6% van totaal aantal inwoners van de provincie Noord-Holland. De meest noordelijke regio van Noord-Holland bezit een rijke kustlijn met veel duingebieden aan de westkust. **Texel** is een van de Waddeneilanden en vormt hiermee een toeristische trekpleister. Den Helder heeft een zeer rijke maritieme geschiedenis en Schagen als plaats met een rijke streekcultuur. Het wandelen in de vele duingebieden in de Kop van Noord-Holland wordt afgewisseld met fietsen door de bollenvelden en varen en aanleggen in de havens die aan de oostkust van de regio aanwezig zijn.

De subregio **Westfriesland** beslaat het gebied aan de oostkant onder de Kop van Noord-Holland. Westfriesland telt zeven gemeenten met een totale bevolking van 215.434 inwoners, 7% van totaal aantal inwoners van de provincie Noord-Holland. Kenmerkend voor Westfriesland is de historische Westfrie Omringdijk, waar veel gewandeld en gefietst wordt. Maar de historie rijkt verder, bijvoorbeeld in de havenplaatsen Hoorn, Enkhuizen en Medemblik, welke een verregaande geschiedenis aan het water kennen als voormalige VOC-havens. Daarnaast zorgt de geografische ligging van het gebied aan buiten- en binnenwater dat watersport hier een belangrijke activiteit is, er zijn dan ook meerdere havens in Medemblik, Hoorn en Enkhuizen.

In de **Regio Alkmaar**, bestaande uit zes gemeenten, wonen de meeste mensen, namelijk 302.444, 10% van het totaal aantal inwoners van de provincie Noord-Holland. Alkmaar is in Noord-Holland Noord de grootste stad, en trekt met haar historische binnenstad en de Kaasmarkt veel bezoekers. Maar ook de kustplaatsen Castricum, Egmond aan Zee en Bergen aan Zee zijn drukbezocht door toeristen en recreanten. Het uitgestrekte duinlandschap karakteriseert de Regio Alkmaar, evenals de vele mooie wandel-, vaar- en fietsroutes die in de gehele regio te vinden zijn.



FIGUUR 7 NOORD-HOLLAND NOORD EN (BELANGRIJKSTE KENMERKEN) SUBREGIO'S

Bron: CBS, 2022; Provincie Noord-Holland; Achtergrondkaart: PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

1.2 TOERISME EN RECREATIE IN NOORD-HOLLAND NOORD

Waardevol toerisme en recreatie gaat verder dan een traditionele analyse en confrontatie van de toeristisch-recreatieve vraag en het aanbod. In Deel 2 - het analyserapport zijn daarom zes pijlers betrokken, namelijk de aansluiting op:

1. Het DNA van het gebied
2. Het profiel van het toeristisch-recreatie aanbod
3. Het bezoekersprofiel
4. Het beleid, de marketing en organisatie



- 5. De bredere gebiedsopgaven
- 6. De waarden van toerisme en recreatie vanuit de 3 P's: People, Planet, Profit

1. HET DNA VAN NOORD-HOLLAND NOORD >>

Een wezenlijk onderdeel van de nieuwe kijk op toeristisch-recreatieve ontwikkeling is een DNA-analyse, uitgewerkt in hoofdstuk 5 in Deel 2 – het analyserapport. Hoe dichterbij je je eigen DNA blijft, hoe hoger de kans op een succesvolle ontwikkeling¹². Of andersom: hoe verder de ontwikkeling afstaat van je DNA, hoe groter de kans op falen. De rapporten *Keuze aan de Kust*¹³ en *De Noord-Holland IJsselmeerkust*¹⁴ in combinatie met de uitgevoerde interviews geven een beeld van het DNA van de regio.

Noord-Holland Noord is divers en kent een rijke variatie aan landschappen. Het water is daarbinnen een verbindend en sterk aantrekkend element, als nummer één hoofddoel voor bezoekers uit binnen- en buitenland. Dit gaat niet alleen om het daadwerkelijk gebruik van het water om bijvoorbeeld te varen, vissen, zwemmen of duiken, maar juist ook in de beleving van het water met dijken en duinen als decor (om te wandelen, fietsen, zonnen of horeca te bezoeken), hoe het water heeft bijgedragen aan de inrichting van het landschap (dijken, polders, droogmakerijen, voormalig Zuiderzee en voormalige zeehavens) of als verhaallijn (bijvoorbeeld in kunst en cultuuruitingen). De kust en binnenwater zijn altijd dichtbij.

Het DNA wordt ook bepaald door cultuur en immateriële aspecten: de regio heeft een trotse bevolking, hechte gemeenschappen, is eigenzinnig en onafhankelijk met een zekere directheid. Vanuit de eilandcultuur en het pionieren zit samenwerken in het bloed.

¹² Bron: RLI Advies 'Waardevol Toerisme' (2019)

¹³ Bron: *Keuze aan de Kust* – Project Identity Kustplaatsen van Noord-Holland door Identity Matching Academy

¹⁴ Bron: *De Noord-Hollandse IJsselmeerkust* – Onderzoek naar Identiteit door Identity Matching Academy



FIGUUR 8 DNA VAN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Achtergrondkaart: PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

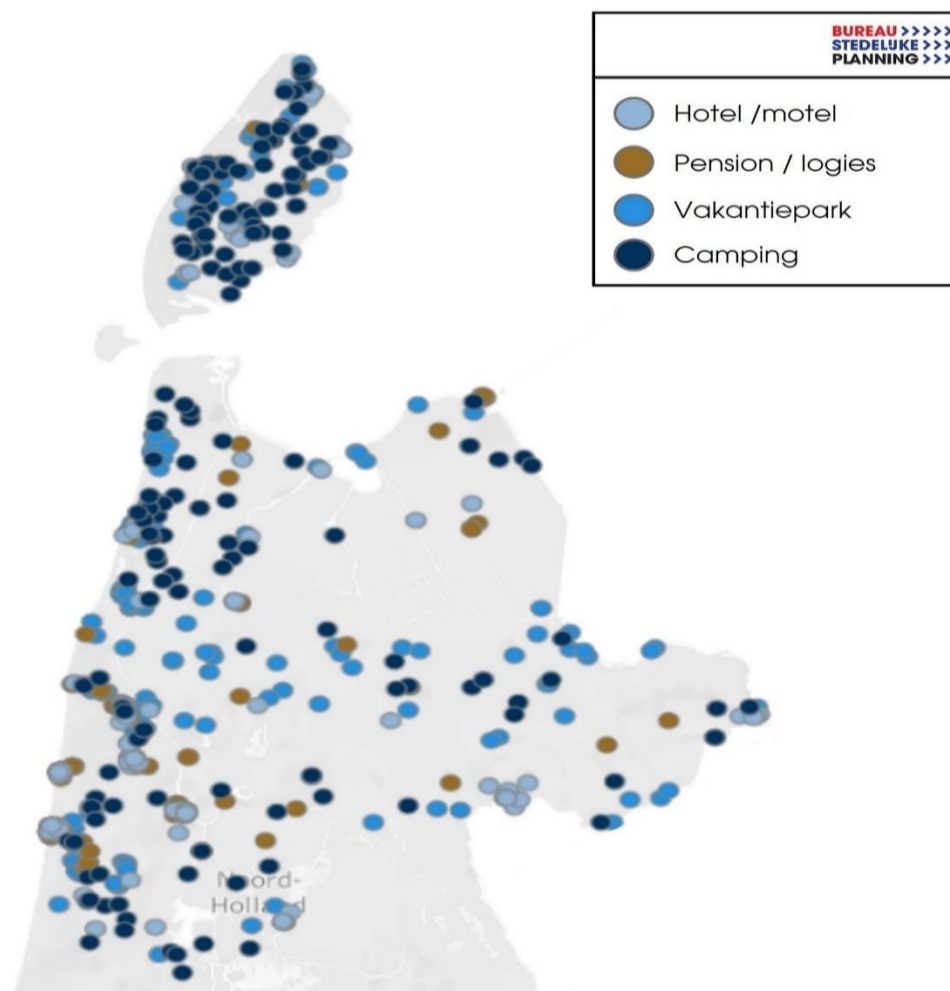
Er zijn ook elementen typerend voor de specifieke subregio's:

1. Kop van Noord-Holland: (marine)havenstad, Waddenzee (UNESCO) en Waddeneilanden, pionieren
2. Westfriesland: Gouden eeuw, Omringdijk, IJsselmeer en Markermeer, binnenwater, eigenzinnig
3. Regio Alkmaar: kunstenaarsdorp Bergen, Tachtigjarige Oorlog, kaas, bescheiden luxe



2. HET PROFIEL VAN HET TOERISTISCH-RECREATIEF AANBOD >>>

Hoofdstuk 6 (deel 2 – het analyserapport) zet het profiel van het aanbod uiteen. Verblijfsrecreatieve voorzieningen zijn met name te vinden langs de Noordzeekust en op Texel (veel campings). Regio Alkmaar voorziet vooral in hotels/motels, terwijl de Kop van Noord-Holland meer gericht is op campings en vakantieparken. Westfriesland heeft beduidend minder verblijfsaccommodaties, maar jachthavens zijn sterk vertegenwoordigd.



FIGUUR 9 VERBLIJFSACCOMMODATIES NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Portaal Kaart en Data 2020, Provincie Noord-Holland. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Ketenvorming vindt in Noord-Holland Noord minder plaats dan in de rest van de provincie; er zijn relatief veel particuliere eigenaren. Net als in de rest van de provincie en het land professionaliseert de Airbnb-markt in het gebied; in 2020 werd 87% van de Airbnb-locaties meer dan 60 dagen per jaar verhuurd.

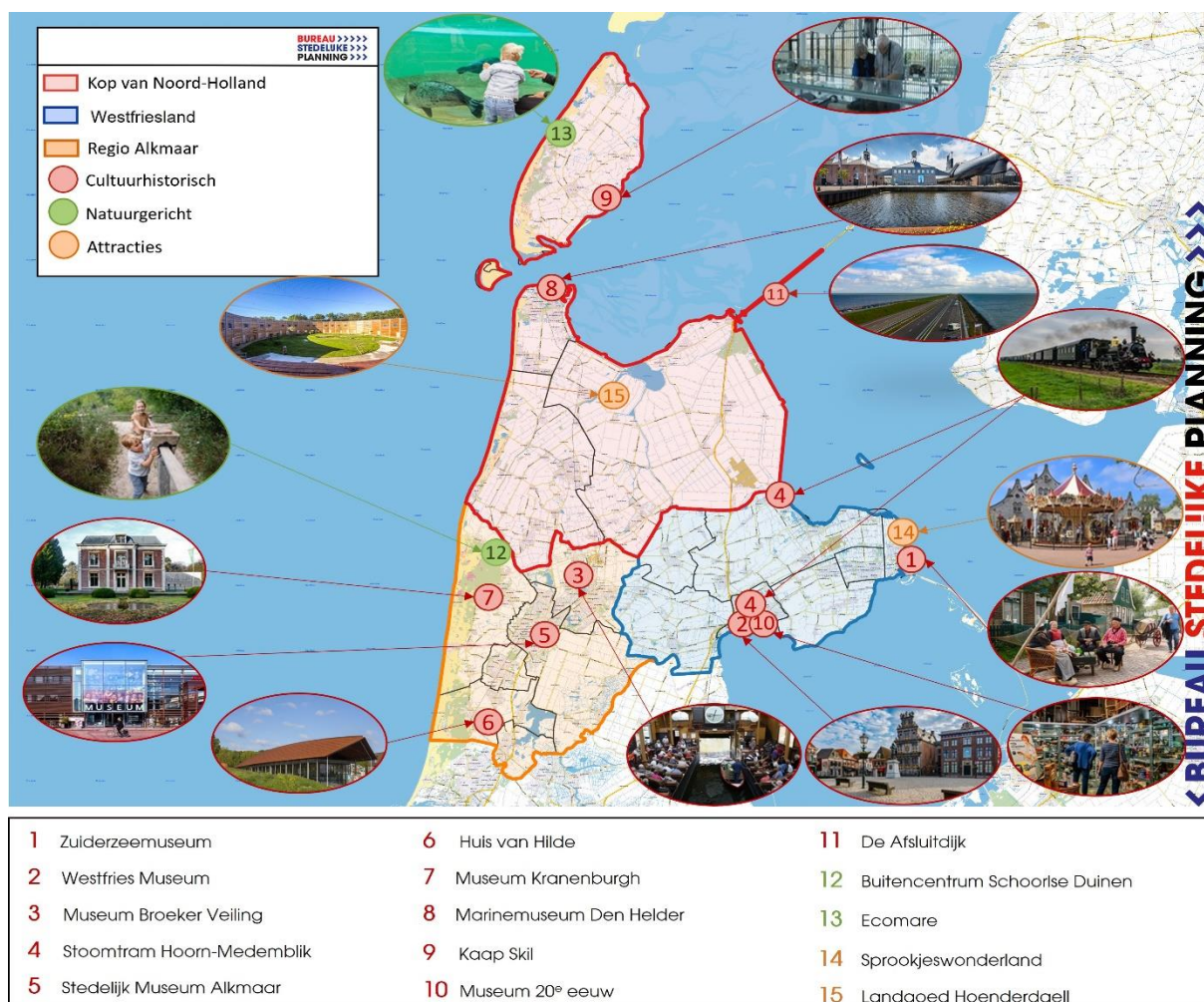
De horeca kampt met grote personeelstekorten en een verslechterde vermogenspositie door corona. Op korte termijn, mogelijk al eind 2022¹⁵, wordt een golf aan faillissementen verwacht in de branche. Dit is in verband met terugbetalingen van de door ondernemers aangevraagde NOW-regeling ten tijde van corona. Daarnaast zijn er door corona ook weinig aanmeldingen voor horeca gerelateerde opleidingen binnen de regio. Zo ziet het Horizon College in 2022 een afname van 32% van de instroom van leerlingen ten opzichte van 2021 bij degelijke opleidingen. Texel Academy geeft aan eenzelfde trend te zien bij hun instroom van leerlingen. Beide opleidingsinstituten verwachten dat de afname van de instroom volgend jaar nog iets groter zal zijn. Bovendien groeit het aandeel 20

¹⁵ Bron: interview Koninklijk Horeca Nederland

tot 65-jarigen in Nederland steeds minder of krimpt zelfs tot 2050, wat van invloed kan zijn op de instroom van leerlingen op een opleiding.

Noord-Holland Noord heeft omvangrijke en aaneengesloten duin- en natuurgebieden met een uitgebreid aanbod aan recreatievoorzieningen. Fiets- en wandelnetwerken verbinden populaire recreatieve delen in de regio's en zijn voor recreatie in het binnenland van belang. Toch zijn er ook delen minder goed bereikbaar of toegankelijk, met name het binnenland van de Kop van Noord-Holland en Westfriesland.

Het toeristisch-recreatieve aanbod speelt in op het DNA en de unieke kenmerken van het gebied. Dat uit zich in een concentratie van verblijfsaccommodaties direct aan de kust, een fijnmazig netwerk van fiets- en wandelverbindingen in het duingebied en over de dijken, een lokaal vaar netwerk in Westfriesland en sterk ontwikkelde water- en oeverrecreatiemogelijkheden langs de gehele kust. Daarnaast zijn de meeste belangrijke dagattracties direct te koppelen aan het DNA van de regio. Denk bijvoorbeeld aan de musea en de natuurinformatiecentra.



FIGUUR 10 BEKENDE DAGATTRACTIES NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Achtergrondkaart PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Ondernemers van toeristisch-recreatieve voorzieningen in het gebied maken gebruik van het unieke DNA van de regio, zoals de bloemenvelden en Westfriese verkoopstalletjes van agrarische bedrijven. Daarnaast ontwikkelen plattelandsgemeenten in toenemende mate kleinschalige recreatieve voorzieningen geschikt voor recreanten én toeristen. Dit type ontwikkelingen past bij een Bewuste Bestemming en biedt kansen. Wel wordt er nog te weinig ingespeeld op de grote maatschappelijke ontwikkelingen in het gebied zoals de energietransitie. Verder houdt de innovatie van het toeristisch-recreatieve aanbod rekening met NNN- of Natura 2000 gebied en is deels gericht op seizoensverbreding; het jaarrond aantrekkelijk maken en exploiteren van de regio.

Duurzaamheid speelt op diverse manieren een rol binnen het recreatieve aanbod. Zo zet Recreatie Noord-Holland rondom het Geestmerambacht en Alkmaarder- en Uitgeestermeer in op verbinding met direct omwonenden; eigen inwoners staan voorop. Staatbosbeheer en PWN zetten in op gezondheid door wandel- en sportmogelijkheden voor bezoekers aan te bieden in hun natuurgebieden. Verdere innovatie is voor een deel van de horecaondernemers lastig door de eerdergenoemde uitdagingen van weinig beschikbare tijd, geld en netcongestie beperkingen.



3. HET INWONERS- EN BEZOEKERSPROFIEL >>

Het inwoners- en bezoekersprofiel is opgenomen in hoofdstuk 7 (deel 2 – het analyserapport). Het direct potentieel van toerisme- en recreatiesector groeit. Het aantal inwoners in Noord-Holland Noord neemt toe tot ca. 775.000 in 2050, een groei van 13,4% ten opzichte van 2022¹⁶. De voornaamste groei vindt plaats in Regio Alkmaar. Bezoekersaantallen zijn, met uitzondering van de zakelijke markt, herstellende na een zware klap door de coronapandemie. Verwacht wordt dat over twee jaar het niveau van voor de coronapandemie kan worden bereikt¹⁷. Het voorspoedig verwachte herstel van Duitsland en België is gunstig voor Noord-Holland Noord, aangezien dit belangrijke buitenlandse herkomstmarkten zijn voor het gebied. Naar verwachting groeit het inkomend toerisme in de tijdsperiode tot 2030 door.

Met de toename van het aantal inwoners en bezoekers wordt een groei van het aantal ondernomen vrijetijdsactiviteiten verwacht. Buitenrecreatie is de voornaamste vorm van vrijetijdsactiviteiten in Noord-Holland Noord, en is al jaren van groot belang voor inwoners en bezoekers in het gebied. Wandelen, fietsen of varen en bezoek van steden, stranden, bezienswaardigheden, wateren en natuurgebieden zijn enorm populair in het gebied. Hoe de regio deze potentie wil benutten, is afhankelijk van hoe zij het bestemmingsmanagement gaat invullen.

Het potentieel vergrijst, zowel inwoners als bezoekers. In de komende twee decennia stijgt het aandeel inwoners van Noord-Holland ouder dan 65 jaar van

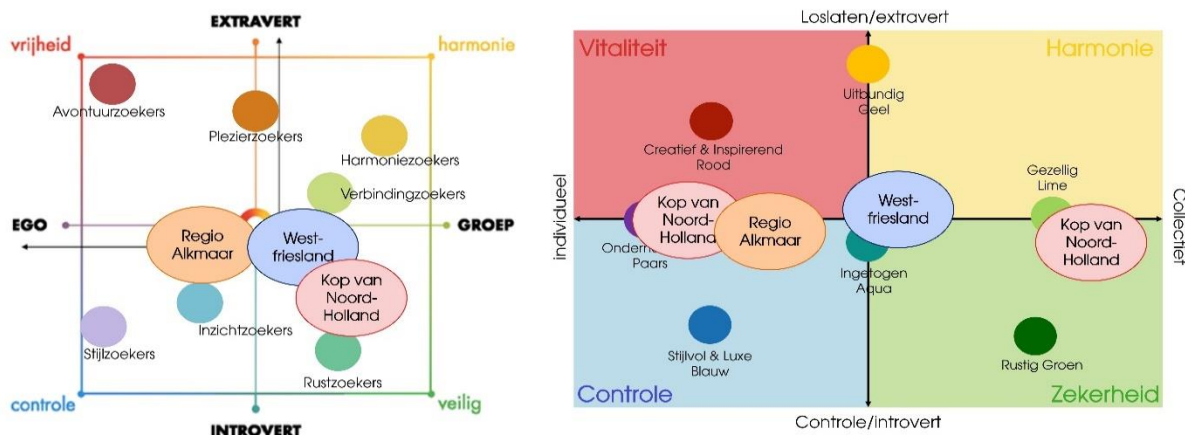
¹⁶ Bron: Primos bevolkingsprognose (2022)

¹⁷ Bron: Verblijfstoerisme in Nederland, NBTC (2022)

18,5% naar 22,9% in 2040¹⁸. Echter, in Noord-Holland Noord is het aandeel 65+'ers in 2021 met 22,4% al hoger dan provinciebreed, en naar verwachting gaat dit aandeel 65+'ers snel stijgen en verkleint de beroepsbevolking zeer binnenkort¹⁹. Dit heeft effect op de instroom naar opleidingen en krachten op de arbeidsmarkt. Ondanks de bedreiging voor de omvang van de beroepsbevolking is vergrijzing voor de toerisme- en recreatiesector ook een kans (mits er voldoende geschoold personeel is). Tegenwoordig blijven senioren namelijk langer vitaal, hebben meer inkomen en vermogen opgebouwd dan hun ouders en dus meer te besteden, én de luxe van tijd. **Comfort** is het sleutelwoord, alhoewel de huidige hoge inflatie en economische verwachtingen onzeker maken in hoeverre deze wens kan worden ingevuld.

Qua leefstijlen van bewoners maken we gebruik van de Leefstijlvinder. Inwoners van Noord-Holland Noord bevinden zich vooral in het introverte spectrum en zijn gericht op controle en veiligheid (zie figuur 11): Rustzoekers zijn in Westfriesland en de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) dominant, Stijlzoekers in de Regio Alkmaar.

Voor de leefstijlprofielen van de verblijfsrecreanten is gebruik gemaakt van een voorloper van de Leefstijlvinder. De gegevens zijn daardoor niet helemaal één op één vergelijkbaar. Ook zijn deze gegevens gedateerd: ze stammen uit 2012. Grosso modo sluiten de leefstijlprofielen van bezoekers aan op die van de inwoners, met uitzondering van de Kop van Noord-Holland. Hier komt een meer divers publiek (Paars en Lime zijn dominant), dat afwijkt van de inwoners, zij het ook weer niet volledig aan het andere eind van het spectrum. De **Inzichtzoeker en Stijlzoeker** (Aqua, Blauw, Paars) zijn de meest aantrekkelijke doelgroepen voor de regio, want 1) passend bij de inwoners, 2) bewust en 3) met relatief grote bestedingskracht. De Inzichtzoekers zijn met name op zoek naar rustige activiteiten in de natuur terwijl de Stijlzoekers graag sportieve of bijzondere activiteiten ondernemen in de meer stedelijke gebieden.



FIGUUR 11 LEEFSTIJLEN, LINKS INWONERS VAN DE SUBREGIO'S EN RECHTS DE BEZOEKERS VAN DE SUBREGIO'S
Bron: Provincie Noord-Holland Portaal Kaart en Data. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

¹⁸ Bron: bevolkingsprognose Noord-Holland 2019-2040

¹⁹ Bron: bevolkingsprognose Noord-Holland 2019-2040



4. BELEID, MARKETING EN ORGANISATIE >>

Het toeristisch-recreatieve beleid, marketing en organisatie van publieke en private partijen zijn uitgewerkt in hoofdstuk 8 (deel 2 – het analyserapport).

Beleid

Meerdere gemeenten in de regio voeren toeristisch-recreatief beleid, dit is in het algemeen gericht op de economische waarde van toerisme en recreatie. Het beleid van Texel valt op door de integrale aanpak; de gemeente zet gezamenlijk met partners structureel in op een balansgerichte benadering van toerisme en recreatie.

Bij enkele gemeenten is nadrukkelijk ook de zorg voor onze planeet opgenomen in beleid. Dit is met name aan de orde als de natuurwaarden (dreigen te) worden overschreden. Incidenteel is behoud en versterking van cultuurhistorie benoemd. Leefbaarheid wordt met name benaderd vanuit het oogpunt dat toerisme en recreatie (beleving) geen negatief effect mogen hebben. Er wordt in de regel niet aangegeven hoe bewoners ook profijt (kunnen) hebben van toerisme en recreatie, zoals een remmend effect op krimpgemeenten met verbetering van de leefbaarheid.

Bovendien is er vanuit de private partijen en de gemeenten een **behoefte aan een brede monitoring** van handzame indicatoren op gemeenteniveau. Dergelijke data en monitoring daarvan mist, wat van invloed is op de sturing binnen het toeristisch-recreatief beleid. Ter voorbeeld worden de inzichten van de Visitor Data zijn bij zusterregio Metropool Regio Amsterdam.

Marketing

Het DNA van de regio en de deelgebieden is veelal in de marketing opgenomen, waarbij op regionale schaal beperkt gebruik gemaakt wordt van duidelijke verhaallijnen. Onderscheidende en verrassende verhaallijnen die aansluiten op het DNA van de regio en haar inwoners zijn zinvol voor het aantrekken van de gewenste doelgroep bezoekers. Momenteel vindt de koppeling tussen DNA, product en marketing gefragmenteerd plaats, terwijl dit van belang kan zijn voor het creëren van een Bewuste Bestemming.

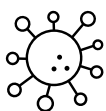
In het algemeen zien gemeenten een toegevoegde waarde van de destiniemarketing van de organisatie HbA, maar niet iedere gemeente voelt zich even sterk gepresenteerd in het overkoepelende merk. HbA gaat meer inzetten op storytelling om de gewenste doelgroepen te verleiden van buiten de regio om te komen naar Noord-Holland Noord. Het werken vanuit het DNA van het gebied kan daarbij een goed vertrekpunt zijn. De samenwerking tussen de DMO's in de subregio's en HbA moeten hechter zijn en werkt uitsluitend als er sprake is van overkoepelende opdrachtvoering en tijdig opzetten van gezamenlijke content en campagnes die elkaar versterken. Daarnaast loopt de marketing in enkele gemeenten via een regionale marketingorganisatie en in anderen juist niet.

Organisatie

De publieke samenwerking binnen de sector is goed georganiseerd en gemeenten weten elkaar goed te vinden. Echter is er minder samenwerking dan gewenst. Mogelijk hangt dit samen met de beperkte ambtelijke capaciteit en gebrek aan financiële middelen bij gemeenten voor toerisme en recreatie. Daarnaast is samenwerking met andere beleidsterreinen (bijv. leefbaarheid, veiligheid, wonen, landbouw en natuur) van belang en biedt dat mogelijke ook financiële kansen.

Samenwerking vanuit de publieke sector met ondernemers kan versterkt worden. De samenwerking is vooral binnen de toerisme- en recreatiesector georganiseerd. Ontwikkelkansen en (crossovers met) andere partijen krijgen (nog) weinig aandacht. CELTH's Onderzoeksagenda merkt op dat een gebrek aan effectieve samenwerking met belanghebbenden wordt beschouwd als de achilleshiel van de Nederlandse toerisme- en recreatiesector²⁰. Het stimuleren van samenwerking tussen stakeholders en strategische sectoroverschrijdende partnerschappen (zoals met kunst, cultuur, erfgoed, energie, landbouw, natuur of zorg) is van belang om als Bewuste Bestemming te komen tot een gezamenlijke agenda in de landelijke politiek.

In Noord-Holland Noord stellen zowel de publieke als private partijen van de sector zich over het algemeen passief op tegenover ontwikkelingen en bredere gebiedsopgaven in de regio. Een pro-actievere aanpak kan problemen verkleinen, nieuw perspectief bieden en extra kansen geven. Samenwerking op het gebied van innovatie van logiesaccommodaties in de regio biedt een goede kans om accent te leggen op de waarden van toerisme en recreatie en de koppeling met het DNA. Daarmee trekt de regio de juiste doelgroepen aan voor waardevol toerisme en recreatie: een groep die door meerdaags verblijf het DNA van gebied ervaart.



5. DE GEBIEDSOPGAVEN >>

Bij Bewuste Bestemmingen draagt de toerisme- en recreatiesector bij aan grote gebiedsopgaven die spelen buiten de eigen sector. Hoofdstuk 9 van Deel 2 – het analyserapport werkt deze gebiedsopgaven uit voor Noord-Holland Noord. Uit interviews met betrokken partijen (zie bijlage 2 voor interviewlijst) blijkt dat de belangrijke gebiedsopgaven voor de regio Noord-Holland Noord zijn; natuurontwikkeling, waterveiligheid bij de kust, woningbouwontwikkeling, heroriëntatie op de binnenduinrand Bergen-Den Helder en de stikstofproblematiek. Daarnaast spelen op diverse terreinen (provinciale) opgaven op het gebied van onder meer mobiliteit, klimaatadaptatie, duurzaamheid, gezonde leefomgeving, netcongestie en versterken ruimtelijke kwaliteit, waaronder cultuurhistorie en landschap. Deze opgaven bieden kansen voor (door)ontwikkeling van toerisme en recreatie. En andersom kunnen recreatie en toerisme ook bijdragen aan deze bredere gebiedsopgaven.

²⁰ Bron: CELTH Onderzoeksagenda duurzaamheid Leisure, Tourism & Hospitality (2022)

Er mist vanuit de private en publieke partijen in de toerisme- en recreatiesector een gezamenlijke, heldere eigen ambitie die herijkt is naar aanleiding van veel versnelling dat door corona is ontstaan. Een dergelijke integrale ambitie is nodig om aan te kunnen schuiven bij de bovengenoemde gebiedsopgaven en samen te werken met andere beleidsterreinen. Mede vanwege het ontbreken van een heldere eigen ambitie speelt de sector nog maar weinig in op maatschappelijke ontwikkelingen en worden cross-overs beperkt gelegd. Zowel de publieke als private partijen van de sector kunnen meer inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen en hier een actievere rol in innemen. Uit de interviews komen de volgende koppelkansen met andere sectoren naar voren als kansrijk: beleefbaar waterbeheer en natuur, instandhouding cultureel erfgoed, agri- en foodtoerisme, transitie van vakantieparken voor mogelijk niet-recreatieve doelgroepen, duurzaam en circulair bouwen, gezondheid en bewegen en maatschappelijke verbinding.



FIGUUR 12 STADSTRAND HOORN; EEN VOORBEELD VAN BELEEFBAAR WATERBEHEER
Bron: Gemeente Hoorn

GEBIEDSOPGAVE	FOCUSGEBIEDEN	VOORBEELDEN POTENTIËLE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN T&R
Transitie landbouw	Binnenduinrand Alkmaar – Den Helder Schaalvergroting Westfriesland (o.a. glastuinbouw)	Onderdeel van verdienmodel voor nieuwe functies in gebiedsontwikkeling
Natuurnetwerk ontwikkelen	Duingebieden (m.u.v. Texel)	Inzet van bezoekers bij beheer (opruimen) en monitoring (citizen science) Ontsluiting als basis voor maatschappelijk en financieel draagvlak Versterken biodiversiteit op recreatieaccommodaties
Voldoende en betaalbare woningen	Regio Alkmaar OV-knooppunt Hoorn Buitenlandse werknemers, jongeren en senioren	Transitie van vakantieparken tot woongebieden Gecombineerde concepten wonen - verblijven
Reductie stikstof-emissie	Bij stikstofgevoelige N2000- gebieden: de duingebieden en Eilandspolder	Bijdrage aan reductie opgave vanuit sector ontlast opgave andere sectoren
Verbeteren duurzame bereikbaarheid	Ringweg Alkmaar OV-knooppunten Verbreding van de A7	Recreanten als extra gebruikersgroep en bezetting voor instandhouding of nieuwe OV- trajecten
Waterveiligheid kust	PAGW Wieringerhoek Kustontwikkeling IJsselmeer	Toerisme en recreatie als een functionele en financiële drager voor gebiedsontwikkeling
Behoud en versterking ruimtelijke kwaliteit en cultuurhistorie	Bijzonder provinciale landschappen (BPL) UNESCO Waddenzee Monumentale structuurdragers (dijken, erfgoed, bakens)	Ontwikkeling (verblijfs)recreatie alleen in combinatie met natuur- en landschapsonwikkeling Toerisme als financiële drager cultuurhistorie Beleving van het verhaal leidt tot draagvlak bij burgers voor behoud

TABEL 1 URGENTE GEBIEDSOPGAVEN NOORD-HOLLAND NOORD

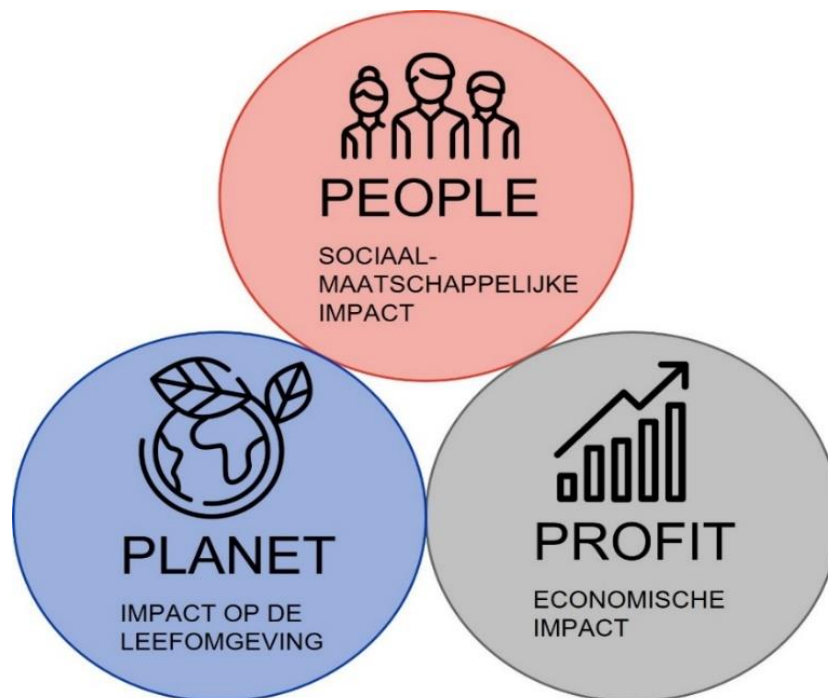
Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)



6. DE WAARDEN VAN TOERISME EN RECREATIE >>

Deel 2 – het analyserapport sluit af met de waarden van toerisme en recreatie voor de regio (hoofdstuk 10). Om de toegevoegde waarden van toerisme en recreatie

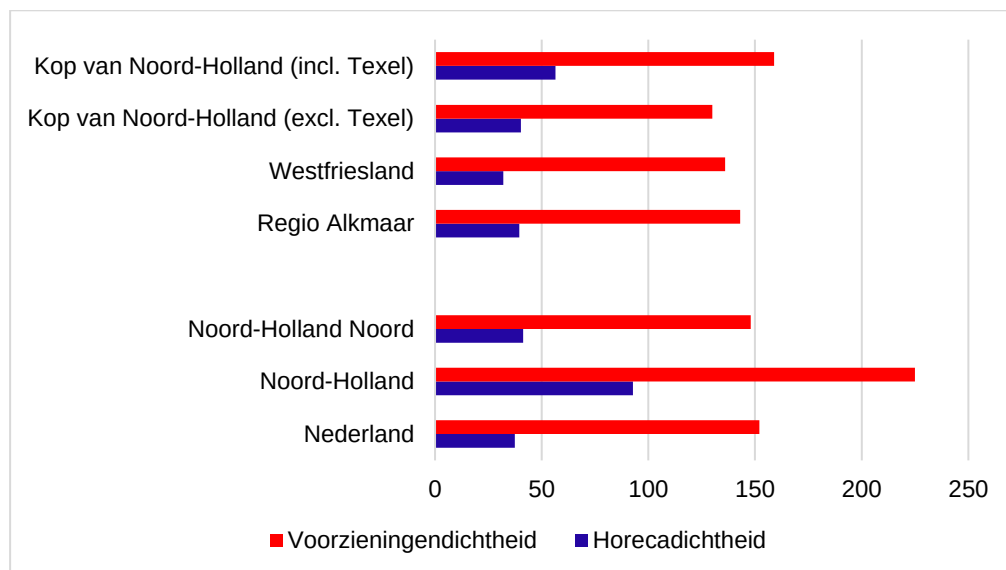
Noord-Holland Noord te duiden, wordt gekeken naar de impact op drie verschillende aspecten: sociaal-maatschappelijke impact (People), impact op de leefomgeving (Planet) en economische impact (Profit). Om deze toegevoegde waarde te bepalen, is voor People, Planet en Profit een selectie gemaakt van mogelijke indicatoren – op basis van beschikbaarheid en betrouwbaarheid van data en verklaringskracht. De selectie geeft een indicatie van hoe Noord-Holland Noord en de deelregio's scoren op het gebied van People, Planet en Profit.



FIGUUR 13 PEOPLE, PLANET EN PROFIT: DE WAARDEN VAN TOERISME EN RECREATIE
Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

People

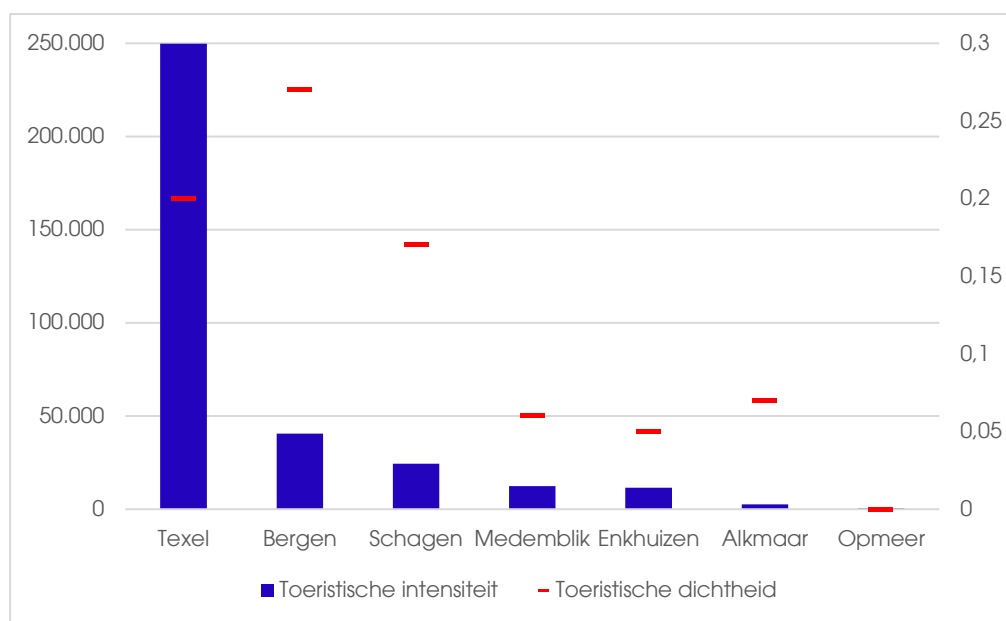
Uit de analyse blijkt dat bewoners beperkt profiteren van dagbezoekers c.q. verblijfstoeristen (in de zin van een groter, meer divers en jaarrond attractief voorzieningenniveau en horeca-aanbod krijgen door bezoekers) ten opzichte van heel Noord-Holland en in Nederland gemiddeld. Dit heeft te maken met het landelijke karakter en gemis aan grote en bekende toeristische attracties in een deel van de gemeenten, terwijl die in Amsterdam en landelijk meer aanwezig zijn.



FIGUUR 14 VOORZIENINGENDICHTHEID EN HORECADICHTHEID (PER 10.000 INWONERS)

Bron: Vastgoeddata en NBTC Arbeidsmarktmonitor, 2021. Bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

In Noord-Holland Noord is een piek in toerisme en recreatie gedurende het zomerseizoen. Er zijn echter grote verschillen in drukte tussen gebieden. Over het hele jaar gezien geven de toeristische intensiteit (aantal overnachtingen per 1.000 inwoners) en dichtheid (aantal overnachtingen per hectare oppervlak) een indicatie van de druk op een bestemming.



FIGUUR 15 1 TOERISTISCHE INTENSITEIT EN DICHTHEID ENKELE GEMEENTEN

Bron: Uitvraag per gemeente, alleen gemeenten met beschikbare overnachtingsdata getoond

* Aantal overnachtingen per 1.000 inwoners

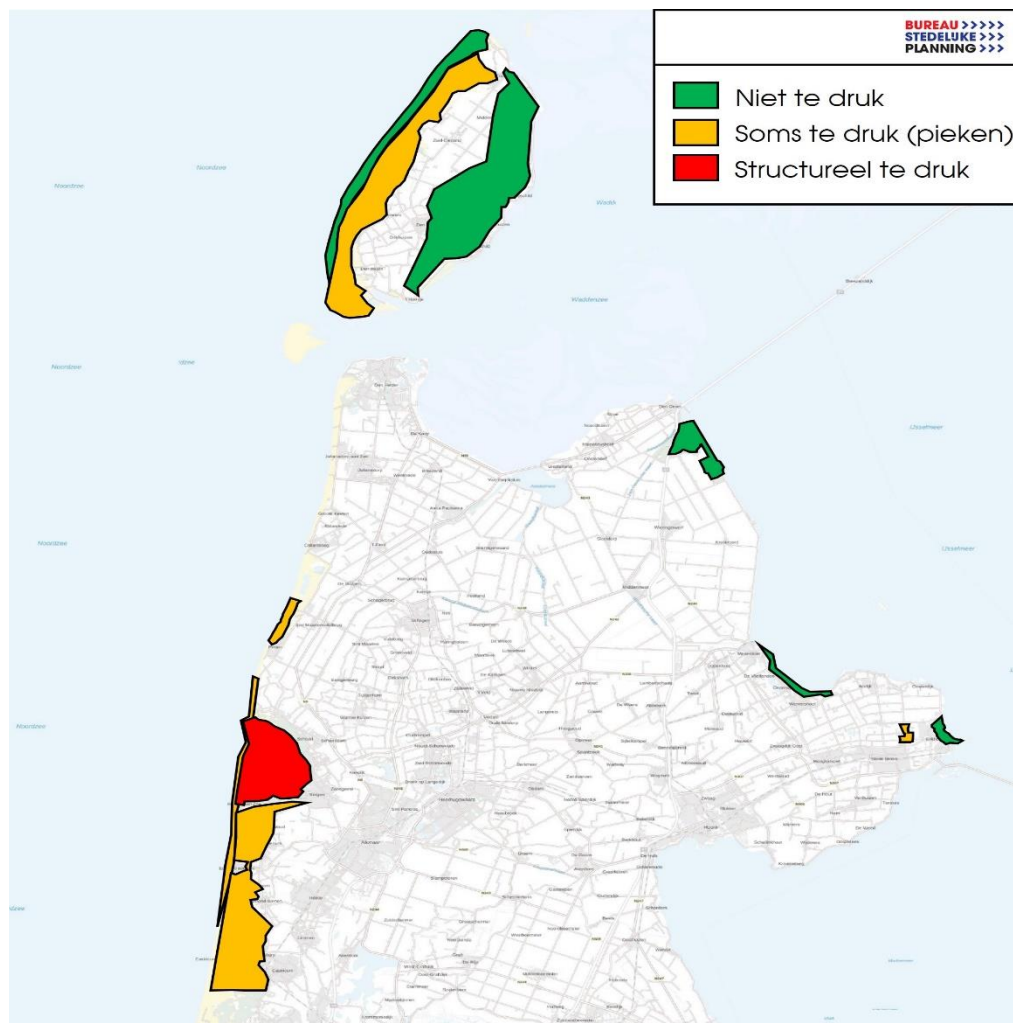
** Aantal overnachting per hectare oppervlak

Texel is de gemeente met het hoogste aantal overnachtingen per 1.000 inwoners terwijl Bergen de gemeente is met het hoogste aantal overnachting per hectare.

Dit zijn dan ook de twee gemeenten met meest precair evenwicht tussen beleving (bezoeker) en leefbaarheid (bewoner). Zij het dat de balans niet zo makkelijk rigoureus kan doorslaan doordat de overnachtingscapaciteit gelimiteerd is en het aantal dagjesmensen automatisch beperkter is (dan bijvoorbeeld in Zandvoort of Scheveningen) door ontbreken van een grootstedelijk achterland, matige OV-bereikbaarheid en infrastructuur voor auto's.

Planet

Druk op natuur- en recreatiegebieden is afhankelijk van de aard, oppervlakte, beleefbaarheid en toegankelijkheid van de gebieden en hoeveel bezoekers er (gelijktijdig) zijn. Met name in Regio Alkmaar is het druk in de natuur- en recreatiegebieden langs de kust. (Langdurige) hoge druk in natuurgebieden kan negatieve gevolgen hebben, zoals verstoring van natuur, overlast en afval. In Westfriesland, de Kop van Noord-Holland en Texel is het aantal bezoekers meer in balans met het oppervlakte van dergelijke gebieden (zie figuur 16).



FIGUUR 16 DRUKTE IN NATUUR- EN RECREATIEGEBIEDEN MET LANDELIJKE OF REGIONALE AANTREKKING

Bron: Rapport Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland, 2022. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

De spreiding van toeristen en recreanten over Noord-Holland Noord is van impact op de leefomgeving. De kusten zijn momenteel druk bezocht terwijl het binnenland vaak rustig is. Zeker in de winter is het verschil groot. In Noord-Holland Noord is volop ruimte voor rustige recreatievormen als wandelen en fietsen, ook buiten de drukke natuur- en recreatiegebieden om. Echter staat die ruimte in Noord-Holland Noord onder druk, net als in de rest van het land, omdat er steeds meer wordt gebouwd.

Uit de interviews blijkt dat opgaven die spelen in de leefomgeving in Noord-Holland Noord onder andere de energietransitie, klimaatadaptatie, vervoer met fossiele brandstoffen, afval, waterkwaliteit, landschapskwaliteit, uitstoot broeikasgassen, congestie op het energienet en biodiversiteit zijn. Als diverse sector is toerisme en recreatie verweven in deze opgaven. Door verduurzaming van eigen sector en sectoroverschrijdende samenwerkingen kan toerisme en recreatie bijdragen aan een betere leefomgeving. Het stimuleren van circulariteit en het gebruik van duurzame producten bij ondernemers is hierbij van belang, net als het monitoren van de effecten van duurzame ontwikkelingen²¹.

Circulariteit binnen toerisme en recreatie

Een voorbeeld van circulariteit binnen de toerisme- en recreatiesector is restaurant The Green House in Utrecht. Dit restaurant is circulair en duurzaam door:

- Het gebouw bestaat uit herbruikbare materialen en is demontabel.
- Voedsel wordt volledig bereid uit ingrediënten van de eigen urban farm die verderop in de regio staat en het restaurant gaat voedselverspilling tegen.
- Een aanzienlijk deel van de werknemers bestaat uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

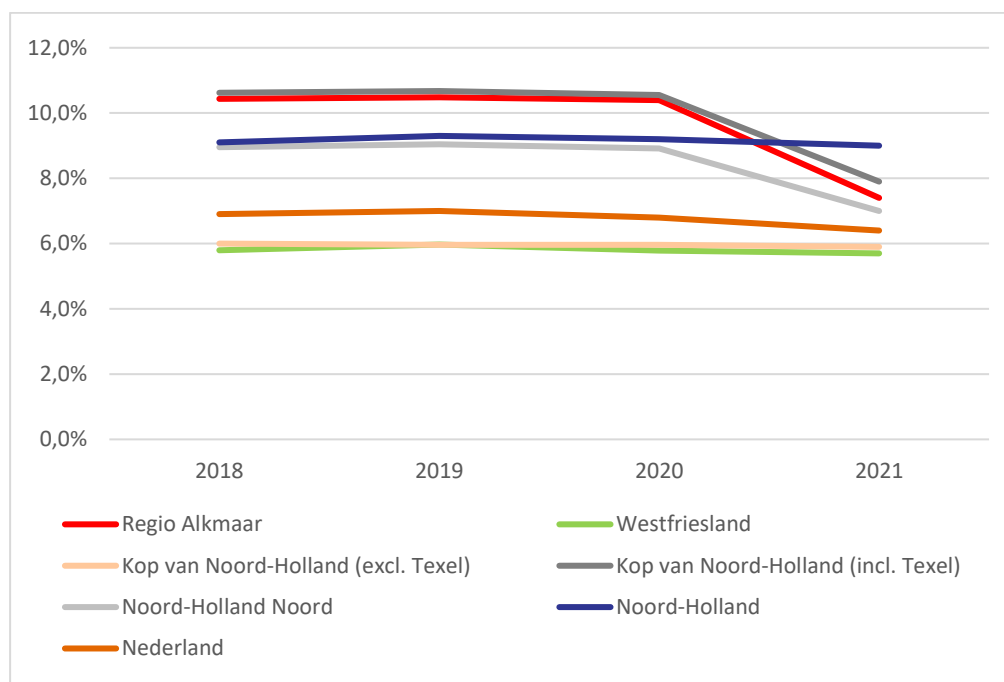


FIGUUR 17 CIRCULAIR RESTAURANT THE GREEN HOUSE IN UTRECHT
Bron: The Green House

²¹ Bron: CELTH Onderzoeksagenda duurzaamheid Leisure, Tourism & Hospitality (2022)

Profit

De toeristisch-recreatieve sector in Noord-Holland Noord is van belang voor de werkgelegenheid, want zij biedt ruim 19.000 banen. Dit is 8,9% van totaal aantal banen in de regio. Het aandeel banen in toerisme en recreatie ligt in de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) en Regio Alkmaar hoger dan het landelijk gemiddelde. Westfriesland en de Kop van Noord-Holland exclusief Texel hebben het laagste aandeel toerisme- en recreatiebanen. Aangezien zowel het aantal recreanten als het aantal inkomend toeristen naar verwachting groeit tot 2030 zal de werkgelegenheid binnen de toerisme- en recreatiesector eveneens groeien.

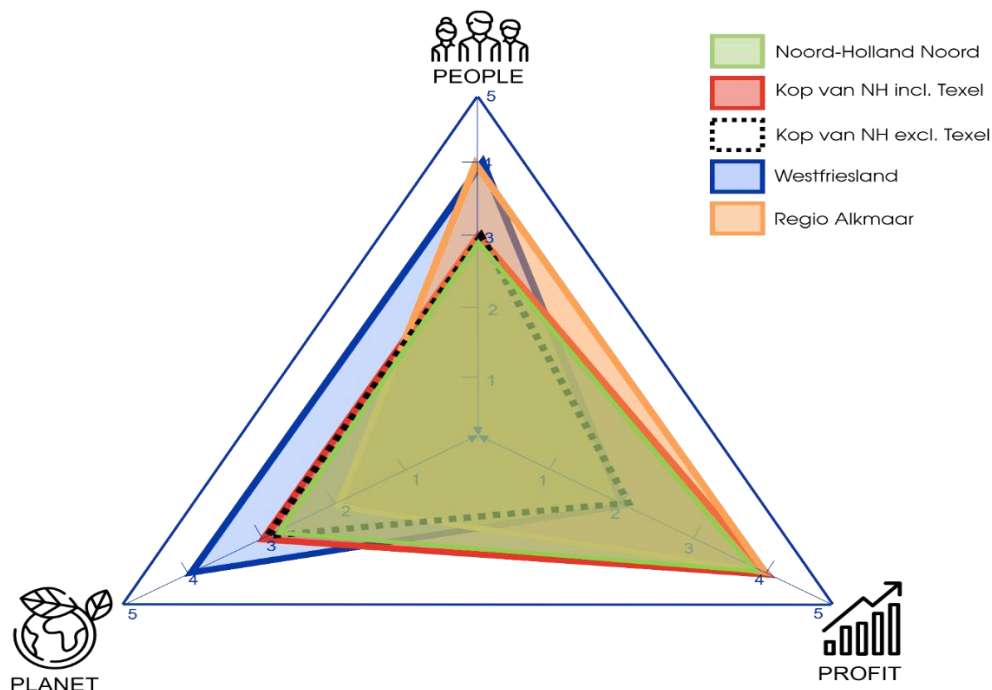


FIGUUR 18 ONTWIKKELING AANDEEL BANEN IN DE TOERISME- EN RECREATIESECTOR

Bron: LISA, 2022. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

HUIDIGE EVENWICHT PEOPLE, PLANET EN PROFIT >>

Op basis van beschikbaarheid en betrouwbaarheid is een selectie gemaakt van indicatoren om een globale score te geven aan de waarden voor People, Planet en Profit voor Noord-Holland Noord en de subregio's. Dit geeft een indicatie van hoe de regio's ten opzichte van elkaar verschillen. Figuur 19 vormt hiervan de weergave. Voor uitleg en achtergrond van het figuur verwijzen we naar het onderzoeksrapport, paragraaf 10.4. Een bestemming waarbij People, Planet en Profit in evenwicht zijn, heeft in ieder geval op elk van de assen minimaal de score '4' en bij voorkeur zijn de scores even ver van het middelpunt (zo ontstaat een driehoek van gelijke zijden).



FIGUUR 19 WAARDEN PEOPLE, PLANET EN PROFIT VOOR NOORD-HOLLAND NOORD EN SUBREGIO'S, NEDERLANDS GEM. SCORE = 3

Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Voor de bestemming Noord-Holland Noord is momenteel in redelijke mate evenwicht in de waarden People, Planet en Profit. In de huidige situatie ligt de werkgelegenheid boven het landelijk gemiddelde (Profit) en met een hoger voorzieningenniveau hebben bewoners baat bij toerisme en recreatie, alhoewel er op lokaal niveau sprake is van drukte (People). Mede vanwege deze drukte in bepaalde natuurgebieden (Planet) is er geen evenwicht.

De opgave is de drukte die zich op lokaal niveau voordoet op regionaal niveau te verspreiden, op lokaal niveau beter te zoneren (opgave van de subregio's) of tot een beter bestemmingsmanagement te komen.

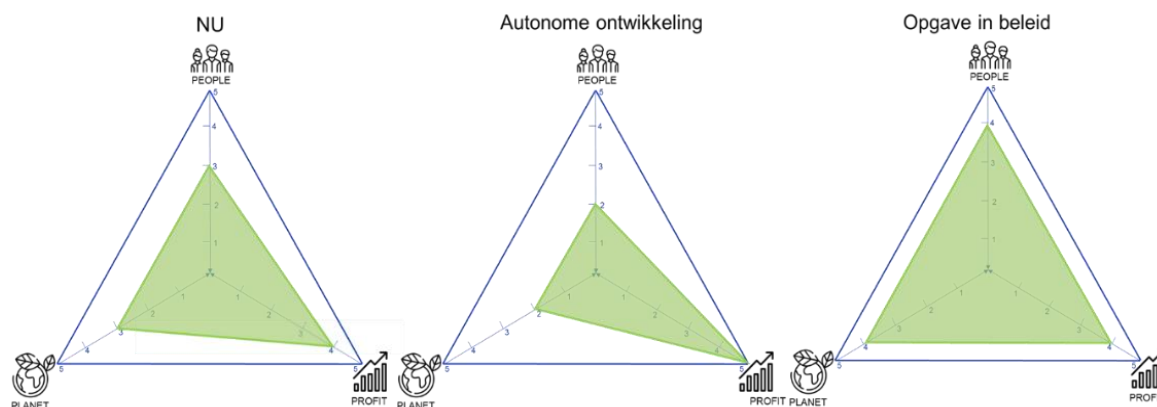
1. Regio Alkmaar: focus op ontwikkeling van de waarde op criterium Planet
2. Kop van Noord-Holland (incl. Texel): accent op ontwikkeling waarden op criterium Planet en Profit
3. Westfriesland: evenredige ontwikkeling van waarden op het gebied van People, Planet en Profit

TOEKOMSTIG EVENWICHT PEOPLE, PLANET EN PROFIT >>

Voor toerisme en recreatie in Noord-Holland Noord geldt een grote verwachte groei in vraag. Het aantal inwoners in Noord-Holland Noord neemt vanaf 2022 met 13,4% toe tot 2050²² en het inkomend toerisme groeit tot 2030 naar verwachting

²² Bron: Primos bevolkingsprognose (2022)

door tot minimaal 29 miljoen bezoekers²³. De autonome ontwikkeling, zonder actief overheidsbeleid, leidt gemakkelijk tot een verstoring van het evenwicht, waarin winstmaximalisatie de boventoon voert ten koste van de waarden voor People en Planet.



FIGUUR 20 ONTWIKKELRICHTINGEN NOORD-HOLLAND NOORD

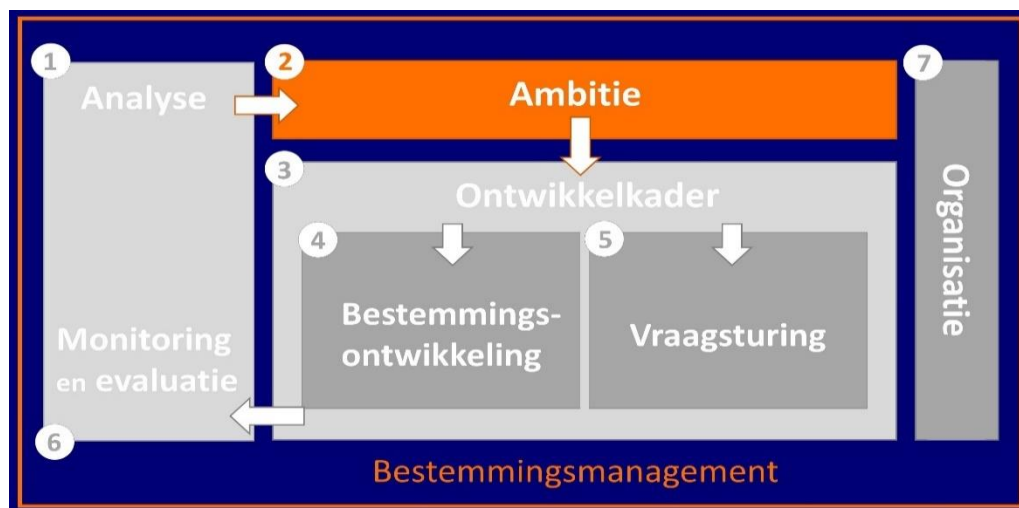
Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

1.3 NOORD-HOLLAND NOORD IN HET KORT

De gedegen gebiedsanalyse toont het diverse karakter van Noord-Holland Noord. In de regio is toerisme en recreatie voornamelijk ontwikkeld langs de Noordzeekust en op Waddeneiland Texel. Terwijl het toeristisch potentieel groeit de komende decennia, hebben nog niet alle gemeenten toeristisch-recreatief beleid. Bovendien richt de regio zich nog te veel op het Profit aspect van toerisme, terwijl de waarden en aandacht voor People en Planet achterblijven. Dit wordt nog versterkt door een autonome ontwikkeling waarin het Profit-denken een sterke driver vormt. Daarnaast geldt dat in Noord-Holland Noord stevige gebiedsopgaven gelden waartoe de sector zich dient te verhouden. De beperkte gemeentelijke ambtelijke capaciteit in de regio staat sturing op een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord in de weg.

²³ Perspectief 2030 – NBTC (2019)

2 AMBITIE BEWUSTE BESTEMMING NOORD-HOLLAND NOORD



FIGUUR 21 STAPPEN BESTEMMINGSMANAGEMENT: AMBITIE

Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

De gebiedsanalyse vormt de basis voor de ambitie en geeft *'de richting waarin de regio zich wil bewegen om het gastvrijheidsdomein duurzaam te laten ontwikkelen.'*²⁴ Dit vraagt een juiste wisselwerking tussen toerisme en recreatie en het creëren van toegevoerde waarde voor de sociale en fysieke leefomgeving.

HOOFDAMBITIES >>

Op basis van de uitkomsten van de analyses uit hoofdstuk 1 met daarin de beoordeling van de waarden People-Planet-Profit hebben we de ambitie Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord gedestilleerd. De ambitie is de richting waarin het gastvrijheidsdomein binnen de regio Noord-Holland Noord zich verder duurzaam en succesvol ontwikkelt. De ambitie is tweeledig:

1. **Iedereen profiteert:** dit uit zich allereerst in de kwaliteit van leven (bewoners), maar ook ervaringen (bezoekers) en werken en ondernemers (bedrijfsleven). Dit sluit aan bij de landelijke visie in Perspectief 2030 Bestemming Nederland van het NBTC.
2. **De vrijetijdsector is toekomstbestendig:** dit betekent duurzaam, robuust en adaptief. Inspelend op de bredere gebiedsopgaven. Dit sluit aan bij de Agenda Bewuste Bestemmingen van CELTH.

²⁴ Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad (2022)

2.1 AMBITIE 1: IEDEREEN PROFITEERT

Aangezien uit de gebiedsanalyse is gebleken dat Profit de boventoon voert in ontwikkelingen, is de ambitie erop opgericht dat toerisme en recreatie zich zo ontwikkelen dat **ook de waarden voor Planet en People worden versterkt**. Dit betekent dat toerisme en recreatie in toenemende mate gaan bijdragen aan opgaven die zorgen voor een sociaal-maatschappelijke verbetering of positief effect hebben op de leefomgeving. Dat er meer aandacht moet zijn voor de belangen van bewoners wordt benadrukt in het Perspectief 2030 Bestemming Nederland, waarin staat: *De belangen van bewoners zijn tot nu toe vaak achtergesteld geweest in de ontwikkeling van toerisme en verdienen daarom een inhaalslag*²⁵. In de Visie Recreatie en Toerisme 2030 van de provincie Noord-Holland is een belangrijk leidmotief dat iedereen profiteert van toerisme en recreatie. Die aandacht is terecht. Het gaat erom eerst naar eigen inwoners te kijken en te zorgen dat zij dat baat hebben bij toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in hun omgeving. Om een toegevoegde waarde voor inwoners te realiseren moeten deze ontwikkelingen passen bij de bestemming en het bewonersprofiel en goed geïntegreerd worden.

Op basis van de gebiedsanalyse betekent dit in praktijk van Noord-Holland Noord het volgende:

1. Het faciliteren van recreatief bezoek van eigen en regio-inwoners behoort tot de publieke taken van de overheid. Bovendien laat recreatief bezoek zich minder moeilijk afremmen of bijsturen dan toeristisch bezoek en is sprake van een autonome vraaggroei. Dit betekent dat de regio actief aan de slag moet met het uitbreiden of creëren van nieuwe recreatiegebieden c.q. - mogelijkheden, onder meer voor wandelen en fietsen. Naast nieuwe natuurgebieden kan dit ook worden gecreëerd door ontwikkeling van de ruimtelijke kwaliteit en ontsluiting van het landelijk gebied. Dit gebeurt onder andere in Twente, waar uitgezette wandel- en fietsroutes over privaat landelijk terrein gaan.
2. Het advies is dat de regio zich in eerste instantie focust op eigen inwoners en in tweede instantie verkent hoe de verblijfstoerist van buitenaf daaraan ondersteunend is en bij kan aansluiten. Zo richt Noord-Holland Noord zich vooral op bezoekers uit Nederland en de herkomstlanden België en Duitsland. Marketing gericht op andere internationale doelgroepen kan leiden tot meer drukte in reeds drukke gebieden en perioden, extra reiskilometers en brengt relatief hogere kosten met zich mee. Om dit te voorkomen is bezoekers sturen richting het relatief rustigere achterland van de regio met duurzame mobiliteitsvormen van belang.
3. Door in de toekomst binnen het segment verblijfstoerisme in te blijven zetten op leefstijlgroepen die aansluiten bij de leefstijl van de eigen inwoners, wordt de positieve impact op het aspect People verder versterkt (zij maken immers gebruik van dezelfde type voorzieningen). Concrete voorbeelden van gecombineerd gebruik zijn zwem-, sport- en leisurevoorzieningen op verblijfsaccommodaties die ook opengesteld worden voor eigen inwoners.

²⁵ Bron: NBTC (2019)

Daarnaast kan de focus meer gericht worden op bezoekers die meer evenwicht brengen in People, Planet en Profit. Dus voorkom piekdrukke en richt je niet op bezoekers die hun geld elders besteden of waarvan de winst direct naar multinationals gaat en uit de regio stroomt (zoals bij cruisetoeerisme).

Kleinschalige accommodaties in het minder drukke achterland passen vanuit dit opzicht over het algemeen beter. Uit de gebiedsanalyse blijkt dat een focus op 65+’ers tevens een kansrijke mogelijkheid is.

4. De gebiedsanalyse toont aan dat het toeristisch-recreatieve aanbod individueel al inspeelt op het lokale DNA. Wel geldt de opgave om het toeristisch-recreatief product als geheel nog nadrukkelijker te koppelen aan het verhaal en DNA van heel Noord-Holland Noord: het unieke schiereiland getekend door drie verschillende wateren met de kust altijd dichtbij. Zo ontstaat meer eenheid in het totaalproduct en wordt de synergie tussen de verschillende aanbieders vergroot. In het regionale verhaal hebben alle subregio's een betekenisvol hoofdstuk dat zij kunnen inzetten om aantrekkingskracht voor de recreant te creëren.

Ambassadeurs Waddengebied

Visit Wadden maakt het mogelijk voor bewoners, ondernemers, natuur- en cultuurorganisaties, gemeentes, provincies, onderwijsinstellingen om ambassadeurs te zijn van het Waddengebied. Dit ambassadeurschap is erop gericht het Waddengebied een duurzame bestemming te maken en zo het natuurgebied te beschermen en lokale partijen te verbinden. Zo ontstaan er verhalen rondom het lokale DNA van het Waddengebied dat bewoners, ondernemers en organisaties gezamenlijk uitdragen naar bezoekers. Inmiddels zijn 3 ondernemers gevestigd in Hollands Kroon al ambassadeur.



FIGUUR 222 RPOMOTIE EN ACTIES VAN HET WADDENGEBIED

Bron: Visitwadden.nl

5. Toerisme en recreatie zijn van toegevoegde waarde voor de leefomgeving van Noord-Holland Noord en daarmee ook voor de inwoners van het gebied. Doordat toeristen en recreanten elders uit Nederland het gebied bezoeken is er een verhoogd voorzieningenniveau waar ook de inwoners van profiteren. Zo blijven er onder andere meer winkels bestaan en, zeker in landelijkere gemeenten, rijden er meer bussen op verschillende buslijnen. Het maken van

slimme combinaties voor gebruik van voorzieningen dragen hier eveneens aan bij. Een zwembad gelegen op een vakantiepark tevens beschikbaar maken voor inwoners (en zwemles) voegt waarde toe aan het gebied.

6. Planet vraagt veel meer aandacht bij ontwikkeling van toerisme en recreatie, zeker als we de toenemende vraag naar toerisme en recreatie willen accommoderen. Dit kan bijvoorbeeld door op lokaal niveau een scherpere zonering door te voeren en nieuwe recreatiegebieden te ontwikkelen die de druk op bestaande natuurgebieden afhalen. Toerisme en recreatie moeten bij gebiedsontwikkeling integraal worden meegenomen, zeker voor de binnenduinrandzone geldt dit als groot aandachtspunt. Ook kan bij toekomstige toeristische ontwikkeling meer nadrukkelijk de ontwikkeling van natuur en landschap meegenomen worden in het ruimtelijk toetsingskader voor het initiatief. Dit kan verder gaan dan alleen de randvoorwaarde dat een initiatief landschappelijk ingepast kan worden. Denk daarbij ook aan het vergroten van de biodiversiteit op verblijfsaccommodaties. Daarnaast kan ook de toerisme- en recreatiesector haar bijdrage doen aan stikstof- en CO₂-reductie, bijvoorbeeld door duurzame energie op te wekken, duurzame mobiliteit te stimuleren en om te schakelen naar all-electric accommodaties.

2.2 AMBITIE 2: DE VRIJETIJDSECTOR IS TOEKOMSTBESTENDIG: DUURZAAM, ROBUUST EN ADAPTIEF

De ambitie is erop gericht een toekomstbestendige toerisme- en recreatiesector te creëren in Noord-Holland Noord. De sector is sterk verweven met onderdelen uit de maatschappij en wordt beïnvloed door maatschappelijke veranderingen. Een toekomstbestendige sector is duurzaam, robuust en adaptief²⁶.

- Zowel de publieke als private partijen zetten gezamenlijk in op **verduurzaming van eigen sector en dragen bij aan het realiseren van bredere duurzaamheidsdoelstellingen** in de regio. Verduurzaming van eigen sector kan via duurzaam werkgeverschap, nieuwe vaardigheden omtrent duurzaamheid, beïnvloeden van bezoekers tot duurzamere keuzes en duurzame vestigingslocaties. Bijdragen aan bredere duurzaamheidsdoelstellingen kan door inspelen op bijvoorbeeld de energietransitie en verminderen stikstofuitstoot. Uit de gebiedsanalyse is gebleken dat er binnen de sector nog grote stappen moet nemen op het vlak van duurzaamheid en de daarvoor benodigde (sectoroverschrijdende) samenwerkingen.
- Voor een gezond bestaan op lange termijn is het **toeristisch-recreatieve aanbod robuust**. Robuust betekent dat een bedrijf onafhankelijk van externe omstandigheden of factoren naar behoren blijft functioneren, en dus weerbaar is voor slechtere periodes. Dit is van extra belang nu bedrijven binnen de sector nog herstellende zijn van de coronapandemie. Robuustheid wordt gecreëerd als meerdere doelgroepen kunnen worden

²⁶ Bron: CELTH Agenda Bewuste Bestemming (2022)

bediend (bijvoorbeeld inwoners en bezoekers), zodat het wegvallen van een doelgroep gemakkelijk kan worden opgevangen. Ook de combinatie van dag- en verblijfsaanbod in één accommodatie is een voorbeeld van robuustheid. Daarbij helpt het als een aanbod relatief gemakkelijk is door te ontwikkelen. Denk bijvoorbeeld aan een (overdekt) buitenterras of bezorging in de horeca (ten tijde van corona), waarmee de exploitatiemogelijkheden worden vergroot. Daarnaast creëert het aanbod meerwaarde voor de regio als het robuust is.

- Een **toekomstbestendige sector is adaptief**: en beweegt dus mee met maatschappelijke ontwikkelingen. De private partijen zijn adaptief en spelen adequaat in op de veranderende vraag van bezoekers (bijvoorbeeld vraag om meer duurzaamheidsconcepten), toenemende overheidssturing en onverwachte omstandigheden. Adaptief uit zich ook in de wijze waarop de sector inspeelt op de omgeving en kansen en bedreigingen die zich daarin voordoen. Het gaat hierbij om inspelen op eigen sector, zoals de grote vlucht die waterrecreatie afgelopen jaren heeft genomen, maar ook op de bredere gebiedsopgaven.

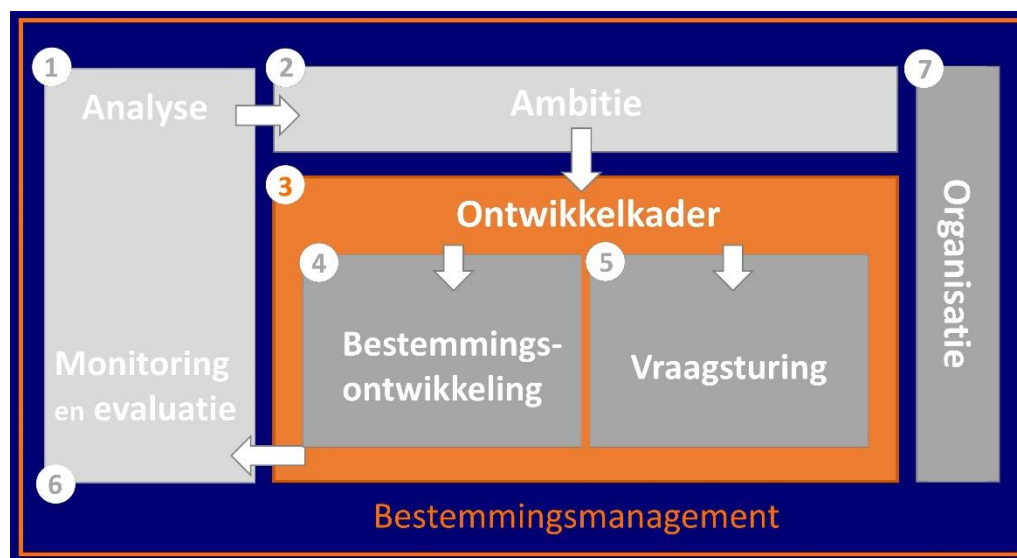
2.3 AMBITIES SAMENGEVAT

Wat betreft toerisme en recreatie zijn People, Planet en Profit in Noord-Holland Noord in redelijke mate in evenwicht. Maar inwoners profiteren nog niet optimaal en er is lokaal druk op natuurgebieden. De grote verwachte groei van toerisme en recreatie leidt gemakkelijk tot een verstoring van het evenwicht, waarin winstmaximalisatie de boventoon voert ten koste van de waarden voor People en Planet. Daarbij komt dat in Noord-Holland Noord grote gebiedsopgaven spelen, die maken dat de omgeving van toerisme en recreatie sterk gaat veranderen. Het is van belang dat de sector hierop anticipeert.

Voorgaande vertaalt zich in de geformuleerde ambities 1) Iedereen profiteert en 2) De vrijetijdssector is toekomstbestendig. Zij zijn erop gericht het evenwicht van People, Planet en Profit in de regio te optimaliseren en een Bewuste Bestemming te realiseren. Om dit te kunnen bereiken, is bestuurlijke (h)erkenning, organisatorische verankering en gerichte actie vanuit alle (regio)gemeenten en de vrijetijdssector in Noord-Holland Noord essentieel.

De ambitie om van Noord-Holland Noord een Bewuste Bestemming te maken, toont dat toerisme en recreatie niet op zichzelf staan maar sterk verweven zijn met andere domeinen binnen de regio. De hoofdogaven van toerisme en recreatie zijn net zo belangrijk als het bijdragen aan de bredere urgente gebiedsopgaven in de regio. Vanuit een eigen agenda kan de toerisme- en recreatiesector een brug slaan naar deze bredere gebiedsopgaven en zo de effectiviteit en efficiency van de eigen inzet vergroten. De natuur- en milieupgaven in Noord-Holland Noord bieden naar verwachting de meest kansrijke en urgente aanknopingspunten.

3 ONTWIKKELKADER: THEMA'S EN HOOFDOPGAVEN



FIGUUR 23 STAPPEN BESTEMMINGSMANAGEMENT: ONTWIKKELKADER EN ORGANISATIE

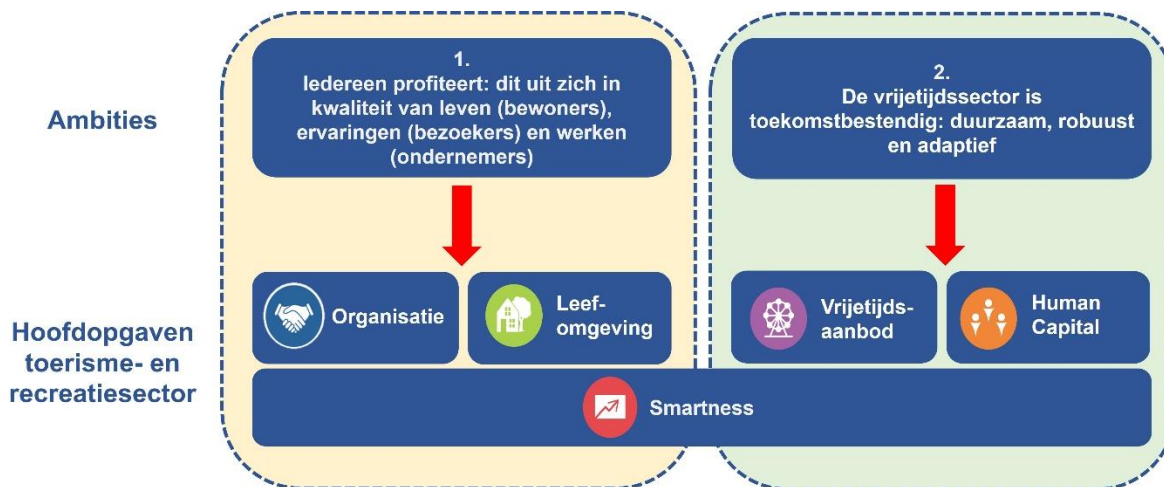
Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Conform de landelijke leidraad voor bestemmingsmanagement is de ambitie (stap 2) vertaald in het ontwikkelkader (stap 3). Hoe de bestemming haar ambities wil bereiken, staat hier centraal. Daarbij is de tweeledige ambitie verder uitgewerkt tot toeristisch-recreatieve hoofdopgaven die gebaseerd zijn op de uitkomsten van de gebiedsanalyse.

Bij de bepaling van de hoofdopgaven hanteren we de vijf thema's uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen²⁷ als kapstok: 1) Organiserend vermogen, 2) Leefomgeving, 3) Vrijetijdsaanbod, 4) Human Capital en 5) Smartness. Deze thema's vormen een breed denkkader om systematisch met een brede blik naar de toerisme- en recreatiesector te kijken. Per thema is aangegeven wat de regionale opgaven zijn voor Noord-Holland Noord en, indien relevant, in welke gebieden deze specifiek aan de orde zijn.

In figuur 24 maken we een koppeling tussen de twee ambities voor de regio Noord-Holland Noord en de vijf thema's uit de Agenda Bewuste Bestemmingen. De ambitie "Iedereen profiteert" heeft voornamelijk betrekking op het thema Organiserend vermogen en Leefomgeving. De ambitie "De vrijetijdssector is toekomstbestendig" is voornamelijk gekoppeld aan de thema's Vrijetijdsaanbod en Human Capital. Voor beide ambities geldt dat "Smartness" noodzakelijk is om goed invulling te kunnen geven aan de ambitie.

²⁷ Bron: Agenda Bewuste Bestemming, CELTH (2022)



FIGUUR 24 VERBONDEN AMBITIES EN HOOFDOPGAVEN
Bron: Bureau Stedelijke Planning



3.1 ORGANISEREND VERMOGEN: GOVERNANCE EN ORGANISATIE

Uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen

Bestemmingsontwikkeling is een samenspel van diverse actoren, waarvan de belangrijkste zijn de private, publieke en non-gouvernementele partijen, de bewoners/lokale gemeenschappen en bezoekers. De opgaven zijn onderverdeeld in governance en organisatie. Bij governance staat de commitment en intrinsieke wil centraal om ook echt werk te maken van Bewuste Bestemming. Organisatie focust op de wijze waarop de regio dat gezamenlijk organiseert in overleg- en samenwerkstructuren.

De opgaven in/voor Noord-Holland Noord

1. Het inzicht en **diepgewortelde overtuiging ontbreekt** dat toerisme en recreatie een noodzakelijke en substantiële toegevoegde waarde voor de regio (kunnen) zijn. Het is geen wettelijke verplichting voor overheden en daarmee lijkt het onderwerp te weinig prioriteit te krijgen. De sector is in regionaal en gemeentelijk beleid in onvoldoende mate verankerd als onmisbare pijler voor het gebied. De uitgevoerde gebiedsanalyse en de opgestelde ambitie moeten worden ingezet om hier verandering in aan te brengen en als sector een stevige positie verwerven tussen en met andere beleidsvelden. Om deze plaats op de politieke agenda te krijgen, is een krachtig statement van belang. Dit kan het beste worden bereikt door regionaal de krachten te bundelen. Partijen moeten unaniem het commitment hiervoor uitspreken en elkaar aanspreken als daar in de praktijk niet naar wordt gehandeld.
 - Geldt voor heel Noord-Holland Noord
2. Overheden moeten in het **toeristisch-recreatief beleid de focus leggen op het evenwicht tussen People, Planet en Profit**. Nu is toeristisch beleid, indien

überhaupt al aanwezig, te veel opgesteld vanuit Profit en komen People en Planet pas in beeld als sprake is van overlast. Er wordt onvoldoende proactief werk gemaakt van juist de potentiële waarden van toerisme en recreatie.

– Geldt voor heel Noord-Holland Noord, met uitzondering van Texel

3. De **organisatiekracht** bij een aantal gemeenten moet sterker om echt werk te kunnen maken van bestemmingsontwikkeling (formatie en budget). Om middels een kwaliteitsslag van Noord-Holland Noord een Bewuste Bestemming te maken is een veelvoud aan acties, tijd en ambtelijke en bestuurlijke inzet nodig. Met de huidige focus en prioriteiten lijkt een kwaliteitsslag niet mogelijk.

– Geldt voor heel Noord-Holland Noord

4. **Betere samenwerking** is noodzakelijk op het niveau van Noord-Holland Noord, tussen gemeenten onderling, met ondernemers en cross-sectoraal om een duurzamere en veerkrachtigere sector te realiseren. Een gebrek aan effectieve samenwerking tussen stakeholders wordt beschouwd als de achilleshiel van de sector²⁸. In Noord-Holland Noord kan het ontwikkelingsbedrijf in potentie een centrale rol vervullen bij de samenwerking in de regio, maar in de huidige samenwerking ontbreekt vaak een goede opdracht aan het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord. Een aantal gemeenten voert intergemeentelijk beleid, zoals de BUCH-gemeenten (Bergen, Uitgeest, Castricum, Heiloo). Ook wordt in enkele gemeenten actief samengewerkt door private en publieke partijen voor regionale marketing en werken gemeente samen met recreatieschappen. Verder zijn de Taskforce Vitale Verblijfsrecreatie en DMO HbA voorbeelden van hoe een goede samenwerking vorm krijgt binnen de regio. Maar helaas is de samenwerking binnen HbA continu aan discussie onderhevig.

– Samenwerking op schaal van regio Noord-Holland Noord en met de Kop van Noord-Holland

5. Alle partijen in de sector moeten **gezamenlijk** de in deze studie **geformuleerde ambitie onderschrijven** en op basis daarvan een **eigen uitvoeringagenda opstellen**, voorzien van een heldere rolverdeling en uitvoeringsprogramma. Het uitvoeringsprogramma geeft het overzicht welke acties door welke partij wanneer worden opgepakt, alsmede ook de kosten en financiering van de acties. Met deze agenda is de sector voldoende in staat om gespreks- en uitvoeringspartner te zijn bij de bredere gebiedsopgaven en dus bij te dragen aan een Bewuste Bestemming.

– Geldt voor heel Noord-Holland Noord

²⁸ CELTH Onderzoeksagenda duurzaamheid Leisure, Tourism & Hospitality (juli 2022)

6. Op regionaal niveau kan de marketing **meer inspelen op het DNA van het gebied**. Via de DMO HbA wordt reeds efficiënt en professioneel invulling gegeven aan de destinatie marketing van Noord-Holland Noord, maar de organisatie kan nog meer inspelen op regionale verhalen/producten en hiervoor beter samenwerken met gemeente grenzend aan de regio. Op een lager schaalniveau ontbreekt, met uitzondering van Texel en Alkmaar, een voldoende sterke propositie en slagkracht. Met het inspelen op eigen DNA trekt de regio bezoekers aan van buiten de provincie en het buitenland die aansluiten bij de gebiedskenmerken van Noord-Holland Noord en haar inwoners. Dit is gunstig voor het creëren van een Bewuste Bestemming.
 - Geldt voor heel Noord-Holland Noord, met mogelijk uitzondering voor Texel



3.2 LEEFOMGEVING

Uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen

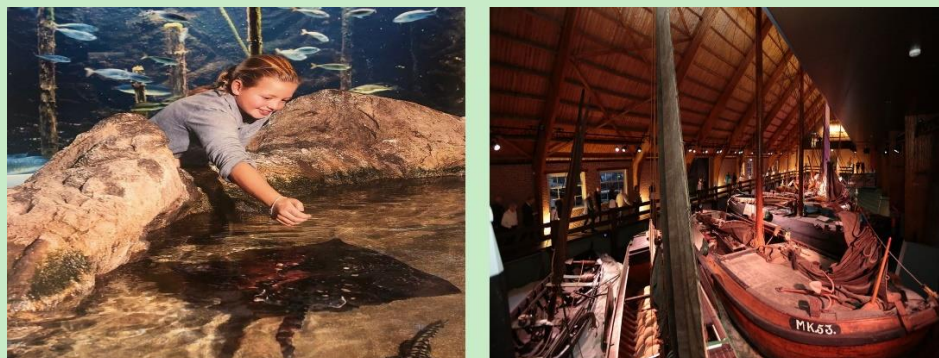
Er bestaat een wederkerige relatie tussen het gastvrijheidsdomein en de fysieke en sociale leefomgeving van een bestemming; het domein is afhankelijk van de leefomgeving, maar het domein heeft ook impact op diezelfde leefomgeving.

De opgaven in/voor Noord-Holland Noord

1. De regio Noord-Holland Noord moet tot een betere **ruimtelijk spreiding van toeristen en recreanten** komen. Hierdoor profiteert het hele gebied van bezoekers en wordt overlast (bijv. filevorming richting de kust) voorkomen. Samenwerking met andere sectoren (bijv. mobiliteit) is nodig.
 - Opgave geldt voor heel Noord-Holland Noord
2. De regio dient meer in te zetten op **spreiding van toeristen over het jaar** (seizoensverbreding). Dit is gunstig voor de leefomgeving, beleving van drukte in de zomer en een meer continue inkomensstroom. Ook jaarronde baan zekerheid is van belang en kan verbeterd worden door samenwerking van bedrijven op de uitwisseling van arbeidskrachten binnen en buiten de sector.
 - Focus op Noordzeekustgebieden: de daar gelegen duin- en natuurgebieden

Voorbeeld spreiding bezoekers

Het toeristisch-recreatieve aanbod bepaald of een regio jaarrond aantrekkelijk is. Dit is met name een uitdaging voor gemeenten die in de zomer piekdruk ervaren door hun ligging aan het water, zoals gemeente Bergen en gemeente Enkhuizen. Extra voorzieningen die buiten de zomermaanden aantrekkelijk zijn (incl. ruime openingstijden) zijn nodig voor deze seizoensverbreding. Zo heeft Bergen aan Zee het overdekte Zee Aquarium en Enkhuizen het binnen deel van Zuiderzeemuseum.



FIGUUR 25 JAARROND AANTREKKELIJKE ATTRACTIES: ZEE AQUARIUM BERGEN AAN ZEE EN HET ZUIDERZEEMUSEUM

Bron: hollandbovenamsterdam.nl en zuiderzeemuseum.nl

3. Door middel van multifunctionele voorzieningen het **lokale voorzieningenniveau verhogen** ten gunste van de bewoners. De leefomgeving van bewoners overlapt met voorzieningen die gericht zijn op toeristen en recreanten. Streven naar multifunctionaliteit van toeristisch-recreatieve voorzieningen is van belang, zodat dergelijke voorzieningen zowel bezoekers als de bewoners bedienen. Een voorbeeld van een dergelijke multifunctionele voorzieningen is een hotel dat eveneens een openbare galerie huisvest of haar zwembad ook openstelt voor dagbezoek door inwoners.
 - Opgave geldt voor heel Noord-Holland Noord.
4. Alle partijen die betrokken zijn bij toerisme en recreatie moeten **met meer urgentie een duurzamere weg inslaan**. Dit is het gevolg van de impact van toerisme en recreatie op de omgeving, wet- en regelgeving en veranderende vraag vanuit de bezoekers. Denk daarbij aan het vergroten van het aanbod in de regio dat gebruik maakt van duurzame hulp- en energiebronnen, biodiversiteit meeneemt in ontwikkelingen, rekening houdt met netcongestie, nieuw aanbod landschappelijk en cultureel inpast, inspelen op een lokale en duurzame voedselketen, bijdraagt aan het tegengaan van stikstofuitstoot en automobilititeit gedreven door fossiele brandstoffen ontmoedigt. Daarnaast helpt communicatie die duurzame consumptie stimuleert met het effectief beïnvloeden van toeristen en recreanten ten gunste van duurzamer gedrag²⁹.
 - Geldt voor heel Noord-Holland Noord

Voorbeeld verduurzaming van het aanbod

In toenemende mate vraagt de consument (en eist de overheid) dat een toeristisch-recreatieve bestemming en locatie duurzaam is. Dit kan onder andere door reductie van energie-, warmte- en waterverbruik, tegengaan autokilometers, verlaging van de emissie, duurzame vervoersmiddelen

²⁹ Bron: CELTH Onderzoeksagenda duurzaamheid Leisure, Tourism & Hospitality (2022)

beschikbaar maken, het heroverwegen van vestigingslocaties van het (verblijfs)aanbod en circulair materiaal gebruiken en klimaat adaptief bouwen. Duurzame vakantiehuisjes zijn hiervan een voorbeeld.



FIGUUR 26 INSPELEN OP DUURZAAMHEIDOPGAVEN D.M.V. DUURZAME VAKANTIEHUISJES
Bron: Links: Duincamping de Lepelaar, Rechts: ecohuisjes.nl



3.3 VRIJETIJDSAANBOD

Uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen

Het gastvrijheidsdomein omvat bezoekers en de vrijetijdsactiviteiten van bewoners enerzijds en anderzijds de bedrijven en publieke organisaties die hen voorzien van producten, diensten en plekken. Dit leidt ertoe dat ook het vrijetijdsaanbod enorm breed en gevarieerd is. Het kernthema Vrijetijdsaanbod richt zich op de activiteiten van private en publieke aanbieders in het gastvrijheidsdomein.

De opgaven in/voor Noord-Holland Noord

1. **Creëren van vitale accommodaties met robuuste businessmodellen door centraal stellen waardecreatie.** De marges voor toeristisch-recreatieve bedrijven zijn veelal klein en de investeringen in vernieuwing van het aanbod zijn hoog. Dit maakt het verdienmodel zeer kwetsbaar. De waardecreatie zou meervoudig moeten zijn: voor de bezoeker, maatschappij en ondernemer. Vernieuwende concepten zijn van belang, indien niet mogelijk kan zo nodig transitie naar een andere bestemming een kansrijke ontwikkelstrategie zijn. De Taskforce Vitale Verblijfsrecreatie doet al veel op dit terrein (expertteam, coaching, quickscans), uitbreiding naar het domein van dagrecreatie verdient aanbeveling.
 - Focus op verblijfsrecreatiesector in de zone die op enige afstand van de kust is gelegen
2. **Bevorderen van innovatie bij de ontwikkeling van het aanbod.** Er vindt op beperkte schaal innovatie ten behoeve van een Bewustere Bestemming plaats. De toerisme- en recreatiesector is voornamelijk gebaat bij innovatie over aansluiten bij opgaven van duurzaamheid (CO₂, circulariteit, klimaatadaptatie, energieverbruik) en netcongestie. Innovatie komt veelal op gang als cross-overs tussen sectoren worden gelegd. Bijvoorbeeld op het sociale

vlak (recreatie inzetten als middel voor verbinding en tegen eenzaamheid), het maatschappelijke domein (bijdrage aan het debat, bijvoorbeeld Westfries Museum en het slavernijverleden), gastvrijheid (denk aan doelgroepen in de zorg) en ruimtelijke ontwikkeling (zoals de kustontwikkeling bij Hoorn).

- Geldt voor de gehele sector

3. Bedrijven in de toerisme- en recreatiesector moeten de kans krijgen om hun door de coronapandemie **verslechterde financiële positie te versterken**³⁰.

Uitbreiding van het aanbod met nieuwe initiatieven zou voor de korte termijn met grote terughoudendheid moeten worden beschouwd. Het risico is dat in potentie gezonde bedrijven, dan in onvoldoende mate concurrerend kunnen zijn en de crisis niet te boven kunnen komen. Rekening moet worden gehouden met een herstelperiode van zo'n twee jaar. Dit betekent dat overheden nieuwe initiatieven nauwkeurig moeten beoordelen op de (extra) marktvraag.

- Focus voor horecabedrijven

4. De **bereikbaarheid** van een aantal vrijetijdsvoorzieningen moet worden verbeterd. Deze bereikbaarheid speelt op meerdere vlakken.

- Uit de gebiedsanalyse is gebleken dat er congestie ontstaat op piekmomenten bij grotere steden zoals Alkmaar en richting de kust.
- In de meer landelijke gemeenten is de bereikbaarheid van attracties en vakantieparken met de auto of het openbaar vervoer niet altijd op orde. Zo is de dichtstbijzijnde bushalte bij Dierenpark Hoenderdaell nog 20 minuten lopen en hebben zowel Dierenpark Hoenderdaell als Sprookjeswonderland geen elektrische laadpalen voor auto's.
- De verbindingen via het vaarnetwerk van binnen- en buitenwater in Westfriesland en de Kop van Noord-Holland kunnen beter verbonden worden. Het aansluiten van de vaarnetwerken verbeterd de doorvaarbaarheid voor Noord-Holland Noord als regio.
- Directe oost-west verbindingen ontbreken in Noord-Holland Noord, waardoor de bereikbaarheid van de kusten niet optimaal is.

Een slechte bereikbaarheid werkt niet bevorderend voor de spreiding van toeristen en recreanten over het gebied en dus ook niet het creëren van een Bewuste(re) Bestemming. Daarbovenop kan bereikbaarheid worden ingezet als middel om gewenst gedrag te stimuleren. Zo zien bezoekers die met het openbaar vervoer naar het Zuiderzeemuseum komen ook de historische binnenstad, terwijl bezoekers met de auto uitsluitend het museum aandoen. Goede bereikbaarheid is dus van belang om bezoeken te verlengen en uit te breiden.

- Focus voor gebieden op enige afstand van de kustzone.

5. Het vrijetijdsaanbod moet meer **inspelen op de bredere gebiedsopgaven** van Noord-Holland Noord. De meest kansrijke en urgente gebiedsopgaven zijn:

- Reductie stikstofemissie, mede in relatie tot een transitie in de landbouw en natuurontwikkeling
- Verbeteren duurzame bereikbaarheid (zie ook punt 4), met specifieke aandacht voor het OV

³⁰ Bron: Bijzonder Uit Eten: Horeca Faillissementen – het effect van de coronacrisis (2022)

- Waterveiligheidsopgaven aan de kust
- Voldoende en betaalbare woningen
- Behoud en versterking ruimtelijke kwaliteit en cultuurhistorie
- Klimaatadaptatie



FIGUUR 273 DIERENPARK HOENDERDAELL EN SPROOKJESWONDERLAND
Bron: Hollandbovenamsterdam.nl en Sprookjeswonderland.nl



3.4 HUMAN CAPITAL

Uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen

Human Capital binnen Bewuste Bestemming komt voort uit de gedachten dat:

- een deel van de inwoners van een bestemming werkzaam is in het gastvrijheidsdomein en het domein zo bijdraagt aan hun kwaliteit van werk en leven. Het bieden van werkplezier, loopbaanperspectief en woningen is essentieel.
- personeel een essentiële bijdrage levert aan de kwaliteit van de ervaringen die zowel bewoners als bezoekers opdoen binnen het domein.

De opgaven in/voor Noord-Holland Noord

1. Het **vinden en aanhouden van geschikt personeel** is de grote uitdaging. Gezien de krapte op de arbeidsmarkt zijn het bieden van een salaris dat concurreert met andere sectoren en meer zicht en zekerheid op continuïteit in jaarrond werk noodzakelijk. In het jaarplan van Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is dit opgenomen, maar meer inzet is structureel noodzakelijk. Hier ligt ook een belangrijke verantwoordelijkheid voor ondernemers in de sector zelf.
 - Geldt voor heel Noord-Holland Noord
2. De **aanwas vanuit opleidingen** gerelateerd aan toerisme en vrije tijd moet beter. Zorg voor continue kwaliteit en sluit aan bij de behoefte van toeristisch-recreatieve ondernemers. Daarnaast is goede bereikbaarheid van opleidingslocaties van belang.
 - Geldt voor heel Noord-Holland Noord
3. Maatschappelijke en technologische ontwikkelingen maken dat er **behoefte is aan nieuwe vaardigheden en kennis op het terrein van duurzaamheid**. Een voorbeeld is de online weergave van realtime drukte bij vrijetijdsvoorzieningen.

Gemeenten en marktpartijen hebben hiervoor de juiste vaardigheden en technologische mogelijkheden nodig.

- Geldt voor heel Noord-Holland Noord



3.5 SMARTNESS

Uit de landelijke Agenda Bewuste Bestemmingen

Er is onvoldoende (structureel) inzicht in het gastvrijheidsdomein. De behoefte aan actuele, volledige en betrouwbare data bestaat om zo sturing en richting te geven aan besluitvorming, ontwikkeling en beleid. Het kernthema Smartness betreft het werken aan deze informatiebehoefte.

De opgaven in/voor Noord-Holland Noord

1. Alle partijen betrokken bij toerisme- en recreatie moeten gezamenlijk serieus meer werk maken van het verzamelen van data en monitoring. Er zitten nu grote gaten in de **regievoering, structurele verzameling, het bijhouden en analyseren van relevante data**. Dit betreft data over

- customer journey en bezoekersstromen),
- impact van bezoek: sociaal, economisch en ecologisch en vrijetijdsaanbod,
- regionale match tussen vraag en aanbod.

Bestemming Noord-Holland Noord moet gezamenlijk en eenduidig data verzamelen. Dan weet de regio waar zij staat en kan gezamenlijk sturen op besluitvorming, ontwikkeling en beleid, ook ten aanzien van Bewuste Bestemmingen.

- Geldt voor heel Noord-Holland Noord (incidenteel is basisdata over toerisme en recreatie wel beschikbaar)

3.6 OVERZICHT OPGAVEN

In tabel 2 zijn alle (hoofd)opgaven bijeengebracht en is aangegeven in hoeverre de opgave op regionaal of subregionaal niveau aan de orde is.

HOOFDOPGAVEN TOERISME EN RECREATIE	
 ORGANISEREND VERMOGEN	
1. Overtuiging dat toerisme en recreatie van toegevoegde waarde zijn voor de regio	Op schaalniveau van regio NHN
2. Toeristisch-recreatief beleid gefocust op evenwicht People, Planet en Profit	Geldt voor heel NHN, met uitzondering van Texel (al aanwezig)
3. Versterken organisatiekracht	Op schaalniveau van regio NHN

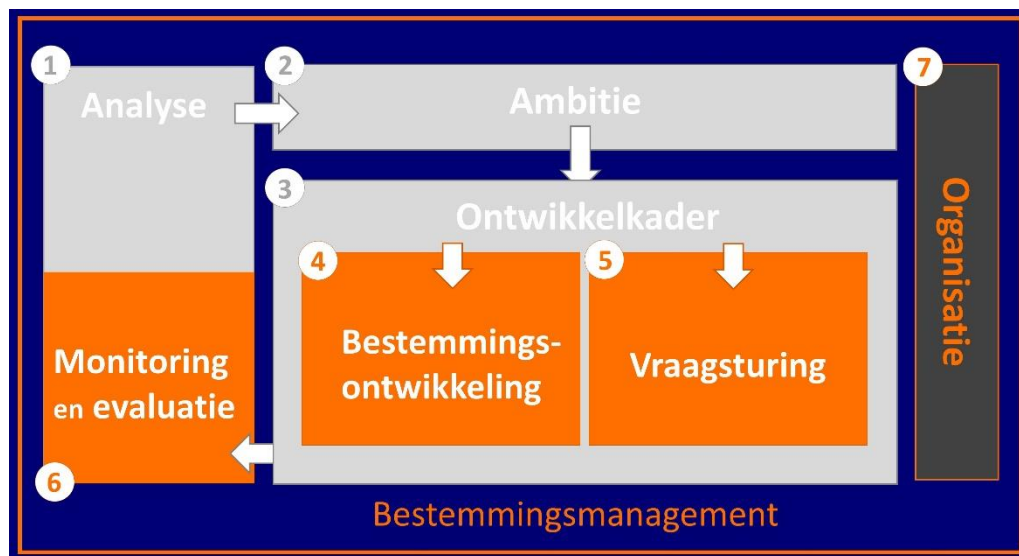
4. Meer samenwerking	Samenwerking op schaal van regio Noord-Holland Noord en met de Kop van Noord-Holland
5. Een toekomstagenda voor toerisme en recreatie opstellen	Op schaalniveau van regio NHN
6. Duidelijkere vormgeving gebiedsmarketing	Op schaalniveau van regio NHN
 LEEFOMGEVING	
1. Spreiding van toeristen over de regio	Focus op zone die op enige afstand van de kust is gelegen
2. Spreiding van toeristen in tijd	Focus op Noordzeekustgebieden: de daar gelegen duin- en natuurgebieden
3. Verhogen voorzieningenniveau door middel van multifunctionele voorzieningen	Op schaalniveau van regio NHN
4. Verduurzaming van het toeristisch-recreatieve aanbod	Op schaalniveau van regio NHN
 VRIJETIJDSAANBOD	
1. Vitaliteit verblijfsrecreatie	Focus op zone die op enige afstand van de kust is gelegen
2. Innovatie	De gehele sector
3. Financiële positie van bedrijven	Focus op horecabedrijven
4. Bereikbaarheid vrijetijdsvoorzieningen	– Congestie voor grotere steden zoals Alkmaar en de kust op hoogtijdagen. – Openbaar vervoer laat in landelijke gebieden te wensen over – Verbinding vaarnetwerk binnen- met buitenwater en Westfriesland met de Kop. – Directe oost-westverbindingen ontbreken
5. Inspelen op bredere gebiedsopgaven	– Gebiedsontwikkeling Binnenduinrand Den Helder – Alkmaar – Transitie landelijk gebied (landbouw / natuur) – Waterveiligheidsopgaven aan de kust
 HUMAN CAPITAL	
1. Aanhouden en vinden van (nieuw) personeel	Op schaalniveau van regio NHN, lichte focus bij horeca
2. Meer aanwas vanuit toerisme en recreatie opleidingen	Op schaalniveau van regio NHN
3. Ontwikkeling kennis en vaardigheden medewerkers	Op schaalniveau van regio NHN

 SMARTNESS	
1. Verzamelen en bijhouden relevante data	Geldt voor heel NHN (incidenteel is basisdata wel voorhanden)

TABEL 2 THEMA'S EN OPGAVEN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Hollandbovenamsterdam.nl en Sprookjeswonderland.nl

4 VAN ANALYSE NAAR UITVOERING



FIGUUR 28 STAPPEN BESTEMMINGSMANAGEMENT: ONTWIKKELKADER, ORGANISATIE EN MONITORING

Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

In de eerste drie hoofdstukken is de analyse, ambitie en ontwikkelkader Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord geschetst. Deze drie eerste stappen vormen de basis voor een succesvolle uitrol van bestemmingsmanagement in Noord-Holland Noord. Het is nu aan de regio(gemeenten), provincie, alle partners zoals Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord en DMO HbA en het toeristisch bedrijfsleven om de vervolgstappen te zetten voor de uitvoering: bestemmingsontwikkeling (stap 4 van de leidraad), vraagsturing (stap 5), monitoring en evaluatie (stap 6) en organisatie (stap 7).

In dit afsluitende hoofdstuk hebben we alvast een aantal suggesties gedaan om van analyse tot uitvoering te komen. Het gaat dan om:

- Organisatie en governance, paragraaf 4.1 (stap 7 uit de leidraad)
- Inspiratie voor het uitvoeringsprogramma, paragraaf 4.2 (stap 4 bestemmingsontwikkeling en stap 5 vraagsturing)
- Monitoring en evaluatie, paragraaf 4.3 (stap 6)

4.1 ORGANISATIE EN GOVERNANCE

De gepresenteerde ambitie en de daaruit vloeiende opgaven vragen om een krachtig organisatiemodel en aansturing. Succesvolle implementatie van bestemmingsmanagement lukt niet zonder de medewerking en inbreng van een

breed scala aan stakeholders, op het bestemmingsniveau van de regio tot andere overheidslagen (gemeente, provincie, ambtelijk én bestuurlijk), bewoners en het (georganiseerd) toeristisch bedrijfsleven. Het is belangrijk om al vroeg in het proces structurele horizontale en verticale samenwerkingsverbanden en allianties op te zetten om gericht invulling te geven aan bestemmingsmanagement (organiserend vermogen). In deze samenwerking hebben de gemeenten een belangrijke en aansturende rol.

Gemeenten

Intergemeentelijke samenwerking krijgt vorm op twee niveaus: op het niveau van de regio Noord-Holland Noord en de subregio's Kop van Noord-Holland, Westfriesland en regio Alkmaar. De gemeenten nemen het voortouw met een aansturende rol in het gezamenlijk verder uitdragen en uitwerken van het gedachtengoed van Agenda Bewuste Bestemming. Dit betekent dat bestuurlijk commitment moet worden uitgesproken op de gesignaleerde opgaven. Voor een aantal gemeenten geldt dat zij hun toerisme- en recreatiebeleid verder moeten uitwerken en in lijn brengen met de geformuleerde ambities. Voor het opstellen van de uitvoeringsagenda moet het Organiserend Vermogen bij de gemeenten op orde komen. De uitvoeringsagenda adresseert de acties op het niveau van de gemeente, subregio en regio. Daarnaast is het noodzakelijk dat de ambtelijke capaciteit en beschikbare budgetten afgestemd zijn op de op te stellen uitvoeringsagenda. Met name voor opgaven rondom de leefomgeving en Smartness zijn de gemeente beoogd initiatiefnemer. Van uit oogpunt van efficiency en samenwerking is het raadzaam dat de gemeenten het Ontwikkelbedrijf Noord-Holland Noord opdracht geven om een groot deel van de acties uit te voeren.

Provincie Noord-Holland

De provincie Noord-Holland heeft het initiatief genomen om samen met de regio de eerste stappen te zetten om te komen tot bestemmingsmanagement en een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord. Deze rapportage is daar het resultaat van. De provincie blijft de regio uitdagen, inspireren en ondersteunen om dit traject verder in te vullen. Samen met gemeenten heeft zij een belangrijke rol in de opgaven rondom Organiserend vermogen, Leefomgeving en Smartness. Maatregelen voor de opgaven rondom Vrijetijdsaanbod en Human Capital kan de provincie mogelijk ondersteunen in de vorm van subsidiëring of bijdragen aan regionale programma's zoals de Taskforce Verblijfsrecreatie. In overleg met de sector moet de behoefte nader worden bepaald en een bijpassend instrumentarium worden vormgegeven. Een aantal van de externe gebiedsopgaven liggen nadrukkelijk op het terrein van de provincie (bijvoorbeeld natuurontwikkeling, bereikbaarheid). Het is zaak dat de provincie bij deze opgaven de meekoppelkansen voor toerisme en recreatie vroegtijdig meeneemt in het gebiedsproces.

Rol Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord

De regio Noord-Holland Noord is gezegend met een eigen ontwikkelingsbedrijf. Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is in 2007 opgericht door de

gemeenten in Noord-Holland Noord en provincie Noord-Holland om de regio steviger op de kaart te zetten. Het Ontwikkelingsbedrijf NHN helpt ondernemers bij hun investeringen in de regio, acquireert nieuwe bedrijven en draagt bij aan verdere verbetering van het vestigingsklimaat. De focus ligt daarbij op drie sectoren: energie, agri & food **én toerisme**.

Het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is daarmee een belangrijke spil tussen publieke en private partijen in de toeristische sector. De gesignaleerde opgaven gelden veelal voor heel Noord-Holland Noord en bevinden zich op het snijvlak van publieke en private sector, dit geldt met name voor de thema's Human Capital en Vrijetijdsaanbod. Vanwege de aard van de opgave en de spilfunctie van het ontwikkelingsbedrijf voor de gehele regio maakt dat het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord een centrale rol zou moeten krijgen in de organisatie en uitvoering van bestemmingsmanagement. Dit vergt naar verwachting een uitbreiding van de capaciteit. De ervaringen opgedaan met de Taskforce Verblijfsrecreatie vormen een prima vertrekpunt voor verbreding van de inzet.

Het is aan de regio om een heldere uniforme opdrachtformulering op te stellen, uitgewerkt in een meerjarenprogramma voorzien van middelen, capaciteit en budget. Het meerjarenperspectief is noodzakelijk om gestructureerd en duurzaam invulling te kunnen blijven geven aan bestemmingsmanagement. Uiteraard kan dit worden uitgewerkt in vast te stellen jaarplannen. Zo kan het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord een prominente rol vervullen bij:

- versterking samenwerking ondernemers (leren en inspireren)
- verhogen kwaliteit ondernemend vermogen (excelleren, transitie, innoveren)
- verduurzaming van het toeristisch-recreatieve aanbod
- regionale gebiedsmarketing, onder regie van HbA
- verbinden van de verschillende focussectoren om elkaar te versterken (innoveren, experimenteren)

Inzet DMO Holland boven Amsterdam

De aard van het toeristisch product en de opgaven vragen om vraagsturing op regionaal niveau. Op die wijze kan heel Noord-Holland Noord profiteren van toerisme en kan lokaal overtoerisme worden tegengegaan. Voor vraagsturing op dit niveau staat de DMO HbA aan de lat. HbA staat voor de ontwikkeling, branding en marketing van de bestemming 'Holland boven Amsterdam', met als doel dat zoveel mogelijk bewoners, bezoekers en ondernemers profiteren van waardevol toerisme. Dit door te investeren in de zichtbaarheid van de regio. De focus ligt op verblijfstoeristen (meerdaags toerisme), Nederland (buiten onze eigen regio) en grensregio's Duitsland en Vlaanderen en het voor- en naseizoen buiten de schoolvakanties. De doelgroepen zijn stellen 30+, stellen 50+ en gezinnen met jonge niet-schoolgaande kinderen.

Platform toerisme en recreatie Noord-Holland Noord

Boven op de meer prominente rol voor het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is het een optie om een platform op te richten. Het belangrijkste doel van een platform toerisme en recreatie is het vormen van een netwerk en het gezamenlijk bepalen van een uitvoeringsagenda (inclusief daarbij behorende acties en adressering daarvan). Het lijkt daarbij een logische gedachte te zijn dat de uitwerking en regie worden belegd bij het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord. Zij vervullen immers al een spilfunctie in de regio.

Gastvrij Overijssel

De netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel verbindt toeristische marktpartijen in de provincie en zet vrijetijdseconomie in om overheden en ondernemers te helpen. Gastvrij Overijssel en de marktpartijen werken samen om de provincie Overijssel op de kaart te zetten door een provinciale vrijetijdseconomie-agenda met ambities vast te stellen. Tevens worden er voldoende middelen en mensen geregeld om de gestelde ambities te realiseren.

Bron: gastvrijoverijssel.nl

Het gezamenlijk optrekken in een brede coalitie zorgt voor meer overtuigingskracht en draagvlak om een prioriteitstelling op de politieke agenda af te dwingen. Vanuit de gezamenlijke uitvoeringsagenda van het platform kan vervolgens gericht en vanuit de eigen doelen de koppeling met de bredere gebiedsopgaven worden benaderd. De uitvoering van een dergelijke agenda is belegd bij actiegerichtte werkgroepen, thematisch dan wel regionaal georganiseerd.

Zowel (semi-)publieke als private aanbieders maken deel uit van het platform. Aan de publieke kant gaat dit om gemeenten, recreatieschappen en provincies, maar ook om partijen als Rijkswaterstaat en het hoogheemraadschap. Zij hebben weliswaar veelal niet recreatie in hun hoofddoelstelling staan, maar zijn wel een belangrijke aanbieder van recreatieve bestemmingen. Ook terreinbeherende organisaties, zoals Landschap Noord-Holland, Staatsbosbeheer, Vereniging Natuurmonumenten, Nationaal Park en PWN maken onderdeel van het platform. En uiteraard een ruime ondernemersvertegenwoordiging uit de verblijf-, horeca-, watersport- en attractiesector. Bij voorkeur nemen ook partijen deel waar vanuit de bredere gebiedsopgaven kansrijke samenwerkingen mee zijn aan te gaan. Denk aan de landbouwsector.

Gelet op de leemten in kennis en het belang van goede data is bij voorkeur ook een onderwijs en/of kennisinstelling vertegenwoordigd, zoals NHL Stenden Hogeschool. Deze kan helpen bij het opstellen en invullen van de kennisagenda. Vanuit het vetrekpunt 'iedereen profiteert' ligt het voor de hand dat ook een vertegenwoordiging van recreanten is opgenomen in het platform, denk bijvoorbeeld aan de ANWB, KWbN en Fietsersbond.

4.2 INSPIRATIE VOOR UITVOERINGSPROGRAMMA: BESTEMMINGSONTWIKKELING EN VRAAGSTURING

In de analyse formuleren we aan de hand van vijf thema's een aantal opgaven voor de regio Noord-Holland Noord. Voor het aanpakken van deze opgaven is toewijding van meerdere partijen nodig. Bij welke partij het zwaartepunt van de uitvoering ligt, verschilt per thema:

1. **Organiserend Vermogen:** de gemeenten en provincie zijn hier samen beoogd initiator, maar uiteraard worden het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, ondernemers en andere stakeholders betrokken.
2. **Leefomgeving:** gemeenten en provincie (veelal initiatiefnemers) betrekken bij de uitvoering ook ondernemers, terreinbeherende organisaties en recreatieschappen.
3. **Vrijtijdsaanbod:** diverse partijen zijn nodig voor het uitvoeren van de acties van dit thema. Het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord coördineert en stimuleert, maar het zwaartepunt van de uitvoering ligt bij ondernemers.
4. **Human Capital:** het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is initiatiefnemer in samenwerking met brancheorganisaties en onderwijs, uitvoering in de praktijk ligt bij ondernemers.
5. **Smartness:** acties komen voornamelijk bij de provincie te liggen, maar wel in samenwerking met de gemeenten. Onderwijs en kennisinstellingen worden betrokken.

In onderstaand overzicht geven we inspiratie hoe de bestemmingsontwikkeling (4) en vraagsturing (5) van de landelijke leidraad eruit zouden kunnen zien. Dit doen we aan de hand van een aantal van de hoofdopgaven uit tabel 2 met toegevoegd mogelijke acties en succesvolle voorbeelden uit Nederland. Het overzicht is een korte bloemlezing en inspiratiebron en dient als een doorkijkje hoe de agenda Bewuste Bestemming vertaald kan worden naar concrete acties. Uiteraard dient dit overzicht in samenwerking tussen publieke en private partijen opgesteld te worden.

HOOFDOPGAVEN		MOGELIJKE ACTIES	VOORBEELDEN
 ORGANISEREND VERMOGEN			
1	Toeristisch-recreatief beleid gefocust op evenwicht People, Planet en Profit	In beleid evenwicht tussen economie, maatschappij en leefomgeving verankeren	Gemeente Valkenburg aan de Geul (visie vrijetijdseconomie, beleid logiesaccommodatie en toetsingskader) gaat expliciet in beleid vastleggen dat toeristische ontwikkeling van toegevoegde waarden moet zijn op alle aspecten People, Planet en Profit. Vaststelling volgt eind 2022.
2	Versterken organisatiekracht	Uitbreiding ambtelijke capaciteit	Als vorm van uitbreiding van capaciteit kan ook gekeken worden naar efficiency bij de inzet, bijvoorbeeld door ambtelijke gemeentelijke samenwerking. Denk hierbij aan de SED- en BUCH-gemeenten. In Drenthe is een initiatief geweest om voor alle gemeenten één extra beleidsmedewerker in te

			zetten, waar gemeenten met een strippenkaart gebruik van konden maken.
3	Meer samenwerking	Partijen binnen en buiten de sector verbinden	Gastvrij Overijssel en Provincie Overijssel stimuleren Product-Markt-Partner-Combinaties (PMPC). Dit zijn samenwerkingen waarin ondernemers gekoppeld aan een 'onorthodoxe' partners om gezamenlijk nieuwe producten te ontwikkelen en realiseren voor de vrijetijdssector.
4	Duidelijkere vormgeving gebiedsmarketing	Gebiedsbrede marketing op basis van verhaallijnen gebaseerd op regionaal DNA	De Westfriese Omringdijk doorkruist het grootste deel van Noord-Holland Noord en HbA brengt de dijk onder de aandacht als onderdeel van het regionale DNA. Verschillende routes en bezienswaardigheden zijn gekoppeld aan de geschiedenis van de regio.



LEEFOMGEVING

1	Spreading van toeristen over de regio	Regionaal zoneringsplan voor duin- en natuurgebieden in combinatie met omliggende regio	In het Nationaal Park Drentsche Aa is met alle stakeholders een Zoneringsplan opgesteld. Dit is onder meer geoperationaliseerd in een Levend Bezoekersnetwerk 2.0: een goed voorbeeld van vraagsturing (welke doelgroep, waar ontvangen).
2	Verhogen voorzieningenniveau door middel van multifunctionele voorzieningen	Verkenning uitbreiding dagrecreatieaanbod	Recreatie Midden-Nederland ontwikkelt het aanbod in recreatiegebieden rondom Utrecht. Er wordt nieuwe recreatief aanbod gerealiseerd binnen bestaande gebieden (zoals nieuwe wandel- en fietsroutes) maar ook recreatie toegevoegd bij gebiedsbrede ontwikkelingen zoals een dijkversterking.
3	Verduurzaming van het toeristisch-recreatieve aanbod	Bereikbaarheid middels openbaar vervoer verbeteren: offensief reductie recreatieve autokilometers	Het Circuit van Zandvoort neemt rondom het Formule1 evenement maatregelen om duurzame mobiliteit te stimuleren. Door het inzetten van extra treinen en bussen wordt het openbaar vervoer een aantrekkelijkere vervoersoptie.
		Duurzaamheidscan bedrijven (focusthema's energie, warmte, circulariteit, CO2, stikstof) / continuering subsidie HIRB+ Revitalisering Verblijfsrecreatie	Green Key is een internationaal duurzaamheidskeurmerk voor de toerisme- en recreatiesector. Bedrijven die voldoen aan de normen van Green Key krijgen een certificaat als teken van duurzame bedrijfsvoering op een divers aantal punten.
		Klimaatstresstest recreatievoorzieningen	In een klimaatstresstest worden de effecten van klimaatverandering op gebieden onderzocht. De klimaatstresstest van Schouwen-Duiveland bevat een specifiek hoofdstuk dat de effecten van klimaatverandering op recreatie in het gebied uiteenzet.



VRIJETIJDSAANBOD

1	Vitaliteit verblijfsrecreatie	Project Vitale Verblijfsrecreatie (continuering)	Het programma Vitale Vakantieparken Veluwe is een samenwerking tussen elf Veluwe gemeente en de provincie Gelderland. De samenwerking richt zich op het kwalitatief verbeteren van vakantieparken vanuit vier domeinen: innovatie, herstructurering, veiligheid en sociale aspecten.
---	-------------------------------	--	--

		Restrictief beleid ten aanzien van nieuwvestiging en uitbreiding nieuwe hotelinitiatieven	In het logiesaccommodatiebeleid van de gemeente Valkenburg aan de Geul wordt een tijdelijke stop gezet op uitbreiding van hotelbedden om bestaande accommodaties hersteltijd te gunnen (evaluatie 2024)).
2	Innovatie	Crossovers van toerisme en recreatie met andere sectoren	Het Stadstrand Hoorn is een stedelijke ontwikkeling waarbij dijkversterking en recreatie samengaan. Het versterken van de dijk creëert een stadstrand en nieuwe fiets- en wandelmogelijkheden.
3	Inspelen op bredere gebiedsopgaven	Ontwikkelen Toeristisch perspectief Binnenduinrand Den Helder – Alkmaar	Park Lingezegen is een landschapspark tussen Arnhem en Nijmegen. In dit park is plaats voor landbouw en natuur, maar er is ook een uitgebreid toeristisch-recreatief aanbod. Zo zijn er wandel- en fietspaden, sport en spel, horecagelegenheden, mogelijkheid voor waterrecreatie, campings en B&B's en culturele bezienswaardigheden.
		Vanuit een eigen toekomstagenda aanhaken op urgente gebiedsopgaven	Voor het Bestuurlijk Platform IJsselmeergebied is in het kader van de Agenda IJsselmeergebied 2050 voor de toerisme- en recreatiesector een Toekomstbeeld geformuleerd. Dit toekomstbeeld dient nu als thematische input voor een op te stellen integraal plan waar andere gebiedsopgaven ook worden geadresseerd.
 HUMAN CAPITAL			
1	Aanhouden en vinden van (nieuw) personeel	– Arbeidsmarktcampagne – Goed werkgeverschap (werknemers en leren centraal) – Gezamenlijke personeelspool (uitwisseling personeel) – Samenwerkingen met partijen voor personeel met afstand tot de arbeidsmarkt	Mijnhorecabaan.nl is een initiatief van diverse bedrijven, organisaties en opleidingsinstituten uit de horeca. Door personeel te zoeken via een gezamenlijke websites hopen de partijen het personeelstekort in de branche te verminderen. Brownies en Downies is een horecaconcept dat mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een baan biedt. Het feit dat deze mensen downsyndroom hebben wordt als unique selling point gebruikt van het concept.
2	Meer aanwas vanuit toerisme en recreatie opleidingen	– Ontwikkelen praktijkgericht onderwijs	Horecaacademie.nl is een opleidingsinstituut dat praktijkgerichte kleinschalige erkende mbo-en brancheopleidingen aanbiedt. Deze opleidingen zijn voor alle leeftijden en opleidingsniveaus. De focus ligt actief bezig zijn.
3	Ontwikkeling kennis en vaardigheden medewerkers	– Verkennen ontwikkel- en kennisbehoefte Cursusaanbod (bijvoorbeeld duurzaam terreinbeheer, nieuwe media, dataverzameling)	Kwaliteitsteam Vitale Vakantieparken Veluwe, Recreatie Expertteam Drenthe, Cursus Biodiversiteit op vakantieparken Veluwe, Texel Academy. Vier voorbeelden waarbij wordt ingezet op versterken kwaliteit van het ondernemerschap.

SMARTNESS			
1	Verzamelen en bijhouden relevante data	– Overnachtingscijfers uitgesplitst naar periode, accommodatievorm en gemeente – Cijfers over profiel en customer journey	Meerdere organisaties verzamelen data omtrent bezoekers op verschillende schaalniveaus en maken dit inzichtelijk. Dit zijn onder andere CELTH (Customer Journey Toolkit) , de Landelijke Data Alliantie (CVTO / CVO), Leefstijlvinder en Kennisplatform Oost.
		Onderzoek naar impact van bezoek: – Sociaal: lusten en lasten – Economisch: werkgelegenheid, bestedingen, toegevoegde waarde – Ecologisch: CO2 footprint, relatie natuur-recreatie (lokaal/regionaal) – Recreatiemobiliteit (autokilometers)	Meerdere organisaties verzamelen data omtrent bezoekers op verschillende schaalniveaus en maken dit inzichtelijk. Zo heeft het Kenniscentrum Kusttoerisme onderzoek gedaan naar het maatschappelijk belang van toerisme en recreatie en brengt LISA de werkgelegenheidscijfers in kaart.

TABEL 3 INSPIRATIE VOOR UITVOERINGSPROGRAMMA

Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Ladder van Leisure – voorbeeld bestemmingsontwikkeling

De Provincie Noord-Holland heeft in juni 2022 de Ladder van Leisure uitgebracht. De ladder is een instrument voor bestemmingsontwikkeling om de negatieve impact van het recreatief gebruik in natuur- en recreatiegebieden te verminderen en de druk binnen de gebieden zelf en ten opzichte van elkaar beter te spreiden. De ladder is opgebouwd uit de volgende handelingsperspectieven:

1. Gedragsverandering van de recreanten
2. Communicatie met de recreant over de waarde van de natuur en invloed van recreatie hierop
3. Inrichting van natuur- en recreatiegebieden
4. Ontsluiting van natuur- en recreatiegebieden (zowel tijd als plaats)
5. Handhaving van bestaande regels

In overleg met de TBO's en natuurorganisaties kunnen de handelingsperspectieven worden ingezet bij de knelpunten van een gebied. De Ladder van Leisure moet vooral onderdeel worden van het gezamenlijk proces om de toekomstbestendigheid van de gebieden te versterken en waar nodig de druk van recreatie te verminderen en/of beter in te passen.

Bron: Ladder van Leisure, Provincie Noord-Holland 2022

4.3 MONITORING EN EVALUATIE

Integraal Bestemmingsmanagement vraagt om continue monitoring, evaluatie en bijsturing van ontwikkelingen binnen toerisme en recreatie (stap 6 in het schema). Om beschikbare data op orde te krijgen en monitoring en evaluatie succesvol uit te voeren zijn een meerjarenplan, regie en middelen nodig. Er moeten keuzes gemaakt worden omtrent het monitoren en evalueren: welke data wordt verzameld? Wie is verantwoordelijk voor de verzameling, monitoring en evaluatie? Hoe wordt de verzamelde data ontsloten?

De eerdergenoemde opgave Smartness geeft aan dat data over bezoekers (omvang, profiel, customer journey en bezoekersstromen) en impact van bezoek (People-Planet-Profit) nodig zijn voor een Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord.

Een dergelijke impactanalyse (People-Planet-Profit) staat nog in de kinderschoenen. Vanuit de landelijk Agenda Bewuste Bestemmingen gaan kennisinstellingen aan de slag met het bepalen van indicatoren voor verschillende soorten impacts als basis voor monitoring. Het is raadzaam dat de regio Noord-Holland Noord hierop aanhaakt. Uit de gebiedsanalyse en interviews blijkt dat op lokaal en (sub)regionaal niveau ook behoefte is aan betrouwbare en complete(re) data over vraag en aanbod, zoals cijfers over overnachtingen, doelgroepen en het aanbod aan verblijfsaccommodaties, dagattracties en routenetwerken. Vanuit de Landelijke Data Alliantie (LDA) wordt gewerkt aan het verzamelen en ontsluiten van betrouwbare en vergelijkbare data op verschillende schaalniveaus.

5 ROUTEKAART: AAN DE SLAG!



FIGUUR 29 STAPPEN BESTEMMINGSMANAGEMENT

Bron: Bestemmingsmanagement: ambities en leidraad 2022, bewerking BSP (part of Sweco)

In dit rapport zijn de eerste drie stappen van de landelijke leidraad bestemmingsmanagement - de analyse, de ambitie en het ontwikkelkader – doorlopen. Ook is er een eerste aanzet gedaan voor hoe de uitvoering – bestemmingsontwikkeling, vraagsturing, monitoring en evaluatie en organisatie (stappen 4 t/m 7) - eruit kan zien. In dit hoofdstuk sluiten we af met een routekaart van de mogelijke vervolgstappen.

5.1 DE ROUTEKAART

De routekaart geeft de achtereenvolgende stappen aan die wij zien om de ambitie breed en stevig te verankeren in de regio en om van deze analyse tot uitvoering te komen. Het betreft nadrukkelijk een voorzet; de regio staat zelf aan de lat om de precieze invulling te geven aan de vervolgfase.

1. **Bestuurlijk erkennen van ambitie en opgaven:** het begint bij het bestuurlijk erkennen van de urgentie en vaststellen van de ambitie en opgaven. Agendering en vaststelling in de afzonderlijke gemeenten, alsmede ook de relevante regionale samenwerkingsverbanden. Een gezamenlijk erkende ambitie vormt de gedegen basis om vervolgstappen te zetten.
2. **(Bestuurlijke) opdracht 'organiseren en uitwerken bestemmingsmanagement':** de stappen vier tot en met zeven van bestemmingsmanagement moeten nog worden ingevuld. De gemeenten zijn aan zet om hier gezamenlijk het

voortouw in te nemen. Een gezamenlijke bestuurlijke opdracht zorgt voor slagkracht bij de uitvoering.

3. **Uitwerken bestemmingsmanagement en vaststellen uitvoeringsagenda:** vanuit de (bestuurlijke) opdracht wordt onder regie van de gemeenten de toekomstagenda opgesteld. In deze toekomstagenda wordt bepaald welke opgaven voor de sector prioriteit hebben. Uiteraard betrekken zij bij deze uitwerking de overige stakeholders, zoals benoemd in deze rapportage. Belangrijk onderdeel bij de vaststelling is dat duidelijke uitspraken worden gedaan over ambtelijke capaciteit en budget, bij voorkeur voor een periode van minimaal vier jaar. Uitbreiding van de middelen is noodzakelijk om het ambitieniveau te kunnen waarmaken.
4. **Inrichten organisatiestructuur en governance;** de uitvoeringsagenda geeft aan welke vervolgacties de regio ziet. Dit is leidend voor het inrichten van de organisatiestructuur waarin wordt aangegeven welke partijen waarvoor aan de lat staan en hoe samenwerking en overleg plaats gaan vinden. Voor elk van de vijf hoofdopgaven uit de Agenda Bewuste Bestemming kan een coördinerende partij worden aangewezen, in paragraaf 4.2 is daar een voorstel voor gegeven.
 - Een voorbeeld het oprichten van een Platform Toerisme en Recreatie Noord-Holland Noord: de eerste bijeenkomst van het platform vormt het startpunt voor de uitvoering van de acties. Hier vindt een gezamenlijke ondertekening van de toekomstagenda plaats.
5. **Meerjarenprogramma met Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord:** het ontwikkelingsbedrijf heeft bij veel acties een coördinerende en stimulerende rol. Deze rol moet langdurig (denk aan een periode van vier jaar) gegarandeerd zijn, bij voorkeur door deze vast te leggen in een meerjarig programma. Op basis van dit meerjarig programma formuleert het ontwikkelingsbedrijf een jaarlijks actieplan en maakt hierover afspraken met de zeventien gemeenten en provincie. Periodiek vindt monitoring en evaluatie plaats. Ook het continueren van de samenwerking in DMO HbA wordt in de meerjarenprogramma geborgd. In het programma worden afspraken gemaakt over ambities, doel, capaciteit en budget.

5.2 AAN DE SLAG!

Dit rapport vormt niet het eindpunt maar juist het startpunt voor succesvol bestemmingsmanagement in Noord-Holland Noord. Het is nu aan de (regio)gemeenten en de vrijetijdssector om de ambitie en het ontwikkelkader gezamenlijk te beoordelen en vast te stellen en de routekaart te volgen: van **bestuurlijke (h)erkenning** voor de koers van Bewuste Bestemming naar **organisatorische verankering** (inclusief grotere ambtelijke capaciteit) gericht op een **meerjarenprogramma met jaarlijks actieplan** waar alle (regio)gemeenten en provincie, partners en het (toeristisch) bedrijfsleven in Noord-Holland Noord aan bijdragen.

DEEL 2: ANALYSERAPPORT



6 HET DNA VAN NOORD-HOLLAND NOORD

Het DNA van Noord-Holland Noord beschrijven we aan de hand van de typerende en onderscheidende kwaliteiten van Noord-Holland Noord en de drie subregio's. Deze zijn sterk gekoppeld aan de ontstaansgeschiedenis van het gebied, en komen terug in het landschap, de steden en de cultuurhistorie. We beantwoorden de vraag waarin de regio uniek is in vergelijking met andere regio's. Voor bestemmingsmanagement is het belangrijk om het DNA van een gebied te formuleren, omdat in de ideale situatie deze aanknopingspunten biedt voor de gewenste ontwikkelingsrichting van de toeristische bestemming.

In het DNA van Noord-Holland Noord onderscheiden we vier rubrieken:

- Het beleefbaar landschap (vergezichten, reliëf, schaalgrootte, tijdsdiepte) met typerend landgebruik;
- Steden en dorpen (omvang en aantal kernen, functie van de kern, specifieke industrie en unieke voorzieningen);
- De cultuurhistorie en de (cultuurhistorische) dragers in het landschap (monumenten, cultuurhistorische structuren, beeldbepalende gebouwen, landmarks);
- Immateriële, culturele kenmerken van bewoners (dialect, gewoonten, mentaliteit), vanwege de regionale verschillen benoemen we deze alleen bij de subregio's.

De analyse is gebaseerd op deskresearch van onder meer de provinciale Leidraad Landschap en Cultuurhistorie, kaartenatlas provincie Noord-Holland, Cultuurprofiel Noord-Holland Noord, Omgevingsvisie Provincie Noord-Holland, Identiteit Noordzee- en IJsselmeerkustplaatsen Noord-Holland. Nadrukkelijk is in deze analyse niet aangegeven hoe het gebied toeristisch 'in de markt' wordt gezet.

6.1 ZEE AAN RUIMTE, LAND VOL CULTUUR

Het beleefbaar landschap

Noord-Holland Noord kent een variëteit aan landschapstypen veelal direct gekoppeld aan zee en water in al haar facetten. De afwisseling aan landschappen is op zich al uniek. In de regio komen de volgende landschapstypen voor: jonge duinen, strandwallen en -vlakten, keileem, aandijkingen, oude zeeklei en droogmakerijenlandschap (figuur 30). Over het algemeen open grootschalig landschap in landbouwgebied, afgewisseld met lintbebouwing, verstedelijking en gesloten bossen, met aan de westkant matig open duinlandschap.



FIGUUR 30 LANDSCHAPSTYPEN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Leidraad Landschap en Cultuurhistorie Provincie Noord-Holland. Bewerking Bureau Stedelijke Planning

In de beleving van het landschap is een aantal zaken typerend:

- Het duinlandschap aan de westzijde van Noord-Holland Noord: met veel reliëf, bossen en natuurgebieden, prachtige vergezichten over zee en achterland (weilanden, bloemen, dorpen), scherp begrensd met achterland en natuurlijk een kilometerslange Noordzeestrand.
- Het keileem- en stuwwallenlandschap op Texel en Wieringen, bepalend voor de vorming van het eiland en scheepvaart door de eeuwen heen. Veel reliëf en rijke historie in de nederzettingen. Uitzicht over Waddenzee (UNESCO).
- Het aandijkingenlandschap met de polders in de Kop van Noord-Holland. Relatief open, vlak, grootschalig, nieuw land en modern met als kenmerkend landgebruik (grootschalige) landbouw in al haar facetten. Met name in het westen veel bloementeel, in het oosten een grootschalig kassengebied, Agriport. Grenzend aan IJsselmeer.

- Het oude zeeklei- en droogmakerijlandschap Westfriesland. Een combinatie van groot- en kleinschalig landschap, omringd door dijken, oud land, veelal agrarisch grondgebruik (minder grootschalig) en diverse steden en dorpen waarvan enkelen aan elkaar groeien tot grote clusters. Ook bekend als Seed Valley vanwege de vele zaadveredelingsbedrijven. Grenzend aan het IJsselmeer.

Steden en dorpen

Steden en dorpen kunnen in grote mate het gebied specifieke DNA in zich meedragen. Noord-Holland Noord heeft een aantal steden met deze onderscheidende kenmerken:

- Alkmaar: belangrijke bovenregionale centrumfunctie (winkels, uitgaan, onderwijs), onlosmakelijk verbonden met de Kaasmarkt en Alkmaar Victorie (Tachtigjarige Oorlog);
- Den Helder: de marinestad van Nederland en belangrijke hub voor Noordzee en Texel, regionale centrumfunctie (winkels, uitgaan)
- Schagen: regionale centrumfunctie (winkels), sterke associatie met folklore
- Bergen: één van de kunstenaarsdorpen van Nederland, wonen met allure
- Medemblik, Enkhuizen, Hoorn: historische stedendriehoek, watersportcentra en havensteden, waarvan Hoorn een belangrijke (boven)regionale centrumfunctie heeft (winkels, uitgaan, onderwijs)
- Den Oever en Oudeschild: visserijhavens
- Julianadorp, Callantsoog, Petten, Egmond aan Zee: Noordzeepadplaatsen

Daarnaast zijn er de diverse dorpen in met name Westfriesland en achter de duinenrij: dorpen met vaak een hechte gemeenschap en afgestemd voorzieningenniveau.

Cultuurhistorische dragers en markers in het landschap

Verspreid door Noord-Holland Noord vinden we diverse cultuurhistorische dragers en markers die gezamenlijk het verhaal van Noord-Holland Noord vertellen. Dat is een verhaal van leven waarbij de zee en het water altijd dichtbij zijn. Die zee wordt bevaren voor handel en visserij, overwonnen en ingepolderd voor wonen en landbouw, gebruikt voor defensie, om te reizen en voor recreatief ontspannen. Daarnaast ontpint zich een verhaal van trotse (eiland)bewoners met sterke lokale gemeenschappen, op zichzelf aangewezen en voor een groot deel zelfvoorzienend. Tot slot lezen we een verhaal van vooruitgang en ontwikkeling. Een agrarische sector die zich moderniseert en professionaliseert in bloemen, zaadveredeling, akkerbouw en kassen.

Onderstaande elementen sluiten aan bij het gezamenlijke verhaal "De zee en het water altijd dichtbij":

- Dijken (Wierdijk, Westfriese Omringdijk, (Korte) Afsluitdijk, Stevinsluis, IJsselmeerdijk)
- Ingenieurswerken (gemalen Leemans en Lely, proefpolder Grootslag)

- Langbroekerveiling: ook als symbool voor uitgebreid netwerk aan vaarwegen en agrarisch vervoer over water
- Maritiem verleden (VOC, visserij)
- Marinehaven Willemsoord
- Boot naar Texel
- Noordhollands kanaal structuurdragend element (met vlotbruggen)

Daarnaast zijn er markante bakens in het landschap die minder specifiek gekoppeld zijn aan het overkoepelende verhaal maar wel mede het DNA van het gebied vormen. Dit zijn de verspreid liggende stolpboerderijen, schapenboeten, molens en windturbines in het gelid en kerk- en vuurtorens.

Canon van Noord-Holland Noord

Het verhaal van Noord-Holland wordt gevormd uit een rijke, gelaagde geschiedenis. De enorme rijkdom en gelaagdheid van de geschiedenis is zichtbaar in het landschap, de steden, de dorpen, de monumenten, de musea is uniek in Nederland. In vogelvlucht gaat het om de bronstijd (grafheuvels bij Grootebroek en Zwaagdijk), de Vikingen (met name op Wieringen), de middeleeuwen (Huis van Hilde, Egmond, Alkmaar, Medemblik), de 16e eeuw (handel en scheepvaart, Tachtigjarige Oorlog), de 17e eeuw (droogmakerij Schermer, De Reede van Texel), de 18e eeuw (de vergeten oorlog Strijd achter de Duinen), de 19e eeuw (De Stelling van Den Helder en de industrialisatie van het Noordhollands-kanaal) als de 20e eeuw (Tweede Wereldoorlog, wederopbouw monumenten, Zuiderzeewerken) en de 21e eeuw (energietransitie, datacentra en agriport).

Conclusie

Kijkend naar Noord-Holland Noord is het water en de zee altijd dichtbij. Letterlijk (geografisch), in de zin dat Texel en het Noordhollands schiereiland omsloten zijn door Noordzee, Waddenzee, IJsselmeer en Markermeer. Dit heeft grote invloed op de bereikbaarheid, de economische ontwikkeling en de recreatiemogelijkheden. Maar ook historisch heeft de (voormalige) zee in grote mate de variatie in huidige landschappen bepaald en is zij vormend voor de cultuur van de regio. In wat je nu leest, voelt, proeft, hoort en ziet in het gebied heeft de zee en het water op de achtergrond een bepalende stempel gedrukt.

Gemeenschappelijk DNA:

- De Noordzee, de Waddenzee (UNESCO), het IJsselmeer en het Markermeer
- (Voormalige) eilanden: Texel, Wieringen en Callantsoog
- Landschappen: grote delen van het landschap zijn door de eeuwen heen op de zee en het water veroverd door aandijkingen en inpolderingen
- Typerende steden verbonden aan de kust (Den Helder, Hoorn, Enkhuizen, Medemblik, Callantsoog, Bergen, Oudeschild, Den Oever)
- Scherpe grens tussen duin en polder in het westen en tussen oud land (Wieringen/Westfriesland) en nieuw land (Wieringermeer) in het oosten
- Generieke cultuurhistorische elementen onder meer molens (molenaarsvak UNESCO), maritiem verleden (havensteden, Gouden Eeuw), dijken

(Wierdijk, Westfriese Omringdijk, Afsluitdijk) en ingenieurswerken (gemalen, sluizen)

- Sterke agrarische sector, onder meer in de polders en droogmakerijen, met regionale variatie (tulpen, bloemencorso Winkel (UNESCO), Seed Valley, schapen, kassen, akkerbouw)
- Netwerk aan vaarverbindingen, lokaal en regionaal waaronder het Noordhollands kanaal als structuurdragend element (met vlotbruggen)
- Trotse bevolking, hechte gemeenschappen, eigenzinnig en onafhankelijk met een zekere directheid



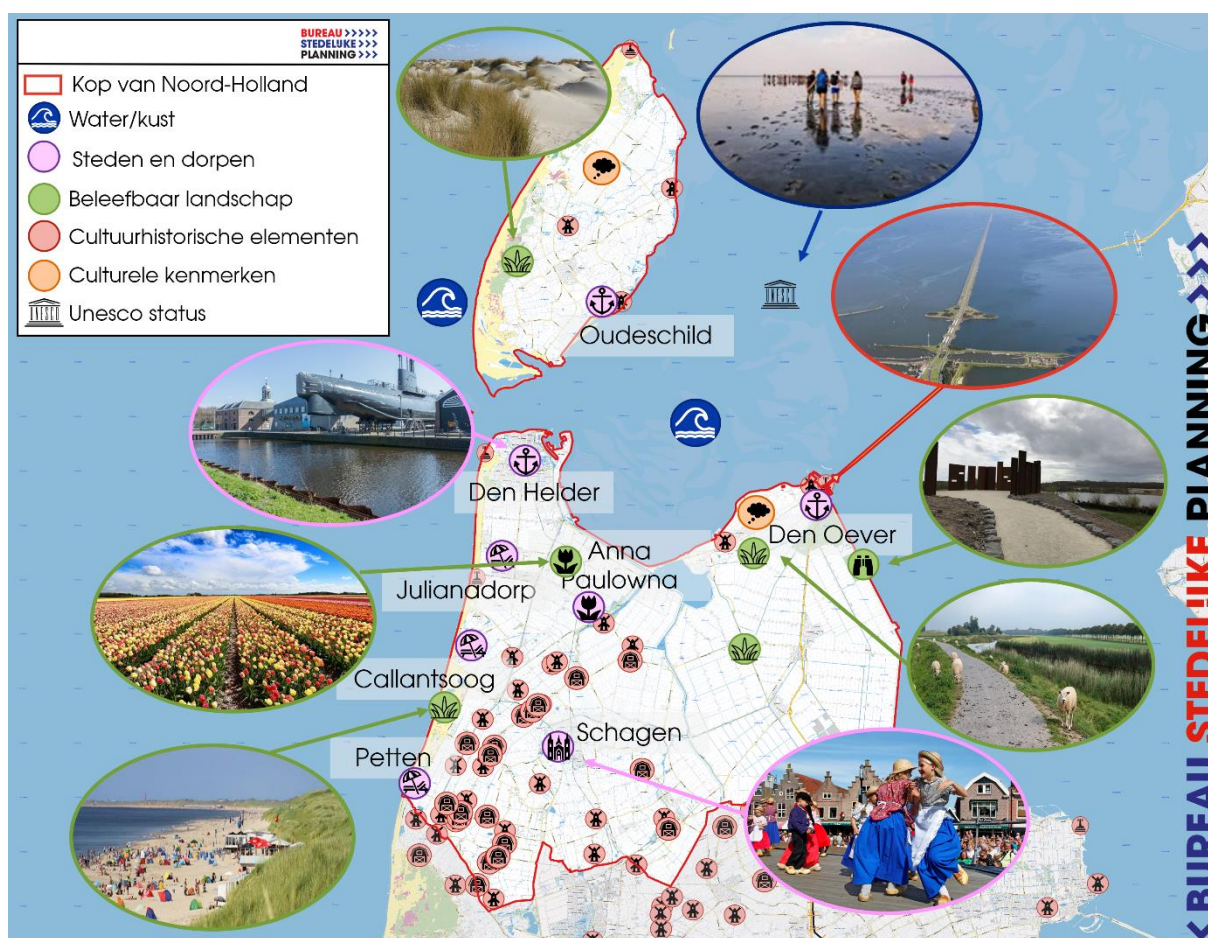
FIGUUR 31 DNA VAN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Achtergrondkaart: PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

KOP VAN NOORD-HOLLAND (INCL. TEXEL) >>

Het grootste deel van het landschap van de Kop van Noord-Holland, inclusief Texel, is door de eeuwen heen op zee veroverd door aandijkingen en inpolderingen. Een uniek gebied door de aanwezigheid van drie kusten: van de Noordzee, de

Waddenzee en het IJsselmeer. De duinen, het keileem- en zeekleilandschap, de aandijkingen en polders zijn duidelijk verschillende landschapstypen. Toerisme en recreatie, de offshore, de visserij en de landbouw konden zich in dit landschap en deze omgeving goed ontwikkelen en doen dat nog steeds. De bollenteelt op de zandgronden in de kuststrook is inmiddels in toeristisch opzicht een visitekaartje van de regio en ook van groot belang voor de regionale economie. Belangrijke economische clusters zijn Agriport, Seed Valley en Greenport, zij vinden hun basis in de ontstaansgeschiedenis van het landschap (polders en droogmakerijen voor landbouw). Texel heeft een bijzondere positie, als (wadden)eiland van Noord-Holland, met zijn diversiteit aan landschappen, kenmerkende cultuurhistorie en Nationaal Park de Duinen van Texel.



FIGUUR 32 DNA KOP VAN NOORD-HOLLAND (INCL. TEXEL)

Bron: Achtergrondkaart: PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Specifiek regionaal DNA:

1. Steden en dorpen:
 - Marinehavenstad Den Helder met een militair verleden (Stelling Den Helder, Atlantikwall), hub offshore
 - Energy & Health Campus Petten
 - Folklore en traditie in Schagen
 - Visserijstad Den Oever met verbinding naar IJsselmeer en Waddenzee

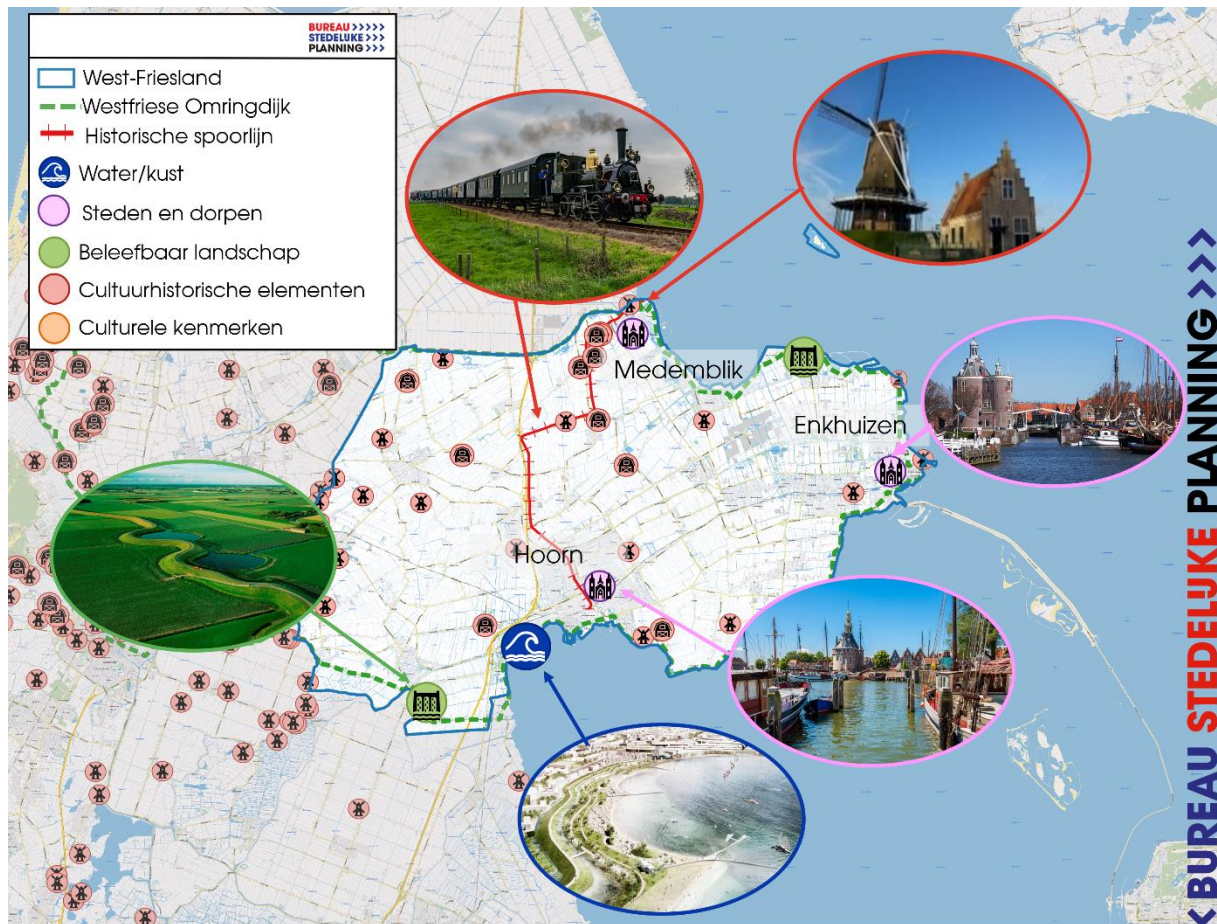
- Visserijhaven Oudeschild op Texel
- 2. Cultuurhistorie en cultuurhistorische dragers:
 - (voormalige) eilanden Texel, Wieringen en Callantsoog
 - Zuiderzeewerken (Wieringermeer, (korte) Afsluitdijk, gemalen, Gat in de Dijk)
 - Ligging aan de Westfrieze Omgringdijk
- 3. Immateriële, culturele kenmerken:
 - Texel: zelfvoorzienend, trots, gastvrij, eiland eigenheid, natuur als schatkamer, Texelse landbouw, in balans
 - Den Helder: verborgen, robuust, technisch-innovatief
 - Callantsoog/Petten/St. Maartenszee: klein, bescheiden, gewoon, de ander in z'n waarde laten,
 - Anna Paulowna/Breezand: bloemen
 - Wieringermeer: Greenport, open ruimte, pionieren



FIGUUR 33 LINKS: NATIONAAL PARK DUINEN VAN TEXEL. RECHTS: ANNA PAULOWNA
Bron: www.npduinenvantexel.nl, www.noordkopvoorelkaar.nl

WESTFRIESLAND >>

Westfriesland heeft bijzondere eigenheden. De regio is omringd door het water van het IJsselmeer en Markermeer, de vroegere Zuiderzee. Aan de kust liggen de oudhollandse visserijstadjes Medemblik, Enkhuizen en, de grootste, Hoorn. De zuiderzeecultuur is verdwenen en vervangen door IJsselmeercultuur: zoet drinkwater, watersport. Behalve de verbondenheid met het water, is er veel landschap met een sterke en diverse agrarische sector; zaadveredeling is synoniem voor deze regio (Seed Valley). De Westfrieze Omringdijk is een imponerend niet te missen landschapselement.



FIGUUR 34 DNA WESTFRIESLAND

Bron: Achtergrondkaart: PDOK. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Specifiek regionaal DNA:

1. Steden en dorpen:
 - Stedendriehoek Medemblik, Enkhuizen en Hoorn
 - Gouden Eeuw in Hoorn en Enkhuizen
 - Grote variatie en verscheidenheid aan kleine en grotere (lint)dorpen
2. Cultuurhistorie en cultuurhistorische dragers:
 - Westfriesse Omringdijk (een 126 km lange dijk met een oorsprong in de Middeleeuwen die de onder meer Alkmaar en Schagen verbindt met Medemblik, Hoorn en Enkhuizen)
 - Waterlopen en vaargangen (en regionaal vaarnetwerk van oudsher gebruikt voor vervoer over water van tuinbouwproducten)
 - Historische spoorlijn en stoomtram Hoorn – Medemblik
3. Immateriële, culturele kenmerken:
 - ondernemend
 - Westfries dialect
 - gevoel van eigenzinnigheid en onafhankelijkheid

Specifiek regionaal DNA:

1. Steden en dorpen:
 - Sterk verankerde toeristische bedrijvigheid bij Bergen
 - Alkmaar Victorie! (Tachtigjarige Oorlog)
 - Alkmaar Kaasstad
 - Kunstenaarsdorp Bergen
 - Stad van de zon Heerhugowaard en Langedijk
 - De Rijp
2. Cultuurhistorie en cultuurhistorische dragers:
 - Historische ontsluiting over water (o.m. Rijk der Duizend Eilanden, Broeker Veiling, oost-west vaarverbindingen)
 - Ligging aan Westfriese Omringdijk
3. Immateriële, culturele kenmerken:
 - Bergen/Schoorl/Groet: all season, duinvermaak en rust, goede omgeving, bescheiden luxe
 - Egmond/Castricum: ongecompliceerd, harmonieus, smaakvol, op zichzelf



FIGUUR 37 LINKS: VIERING ALKMAAR ONTZET. RECHTS: STRAND BERGEN
Bron: www.alkmaarprachtstad.nl, www.holland.com



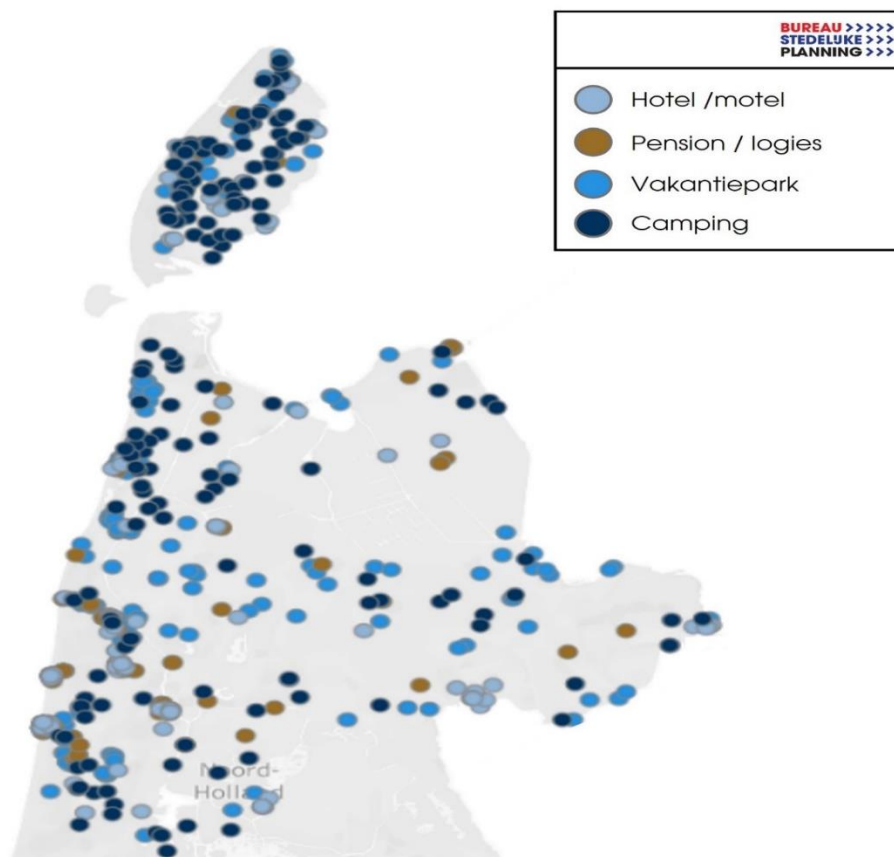
7 PROFIEL AANBOD TOERISME EN RECREATIE

In dit hoofdstuk is het profiel van het toeristisch-recreatieve aanbod in Noord-Holland Noord verkend. Het aanbod aan verblijfsaccommodaties en het dagrecreatieve aanbod is geanalyseerd, als ook het functioneren van de sector.

7.1 NOORDZEEKUST POPULAIR VOOR VERBLIJFSACCOMMODATIES

Aanbod verblijfsaccommodaties

Er zijn 742 verblijfsrecreatieve voorzieningen (campings, hotel/motel, pension/logies en vakantiepark) gevestigd in Noord-Holland Noord (zie figuur 38). De meeste zijn gelegen in Regio Alkmaar (48,9%), gekenmerkt door voornamelijk hotel/motels en pension/logies. Ook in de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) zijn veel accommodaties gevestigd (42,3%); het betreft hier juist veelal campings en vakantieparken. Voor beide regio's geldt ligging vooral langs de Noordzeekust.



FIGUUR 38 VERBLIJFSACCOMMODATIES NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Portaal Kaart en Data, Provincie Noord-Holland. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

In Westfriesland zijn minder accommodaties gevestigd. In deze regio zijn wel verschillende jachthavens die ook van groot belang zijn voor verblijfsrecreatie in het gebied.

Het totaal aantal bedden in Noord-Holland Noord is ruim tachtigduizend (zie tabel 4). Ruim de helft daarvan is gelegen op kampeerterreinen, een derde op huisjesterreinen en hotels zijn goed voor een zesde van het aantal bedden. Opvallend is dat het kampeerproduct met name in de Kop van Noord-Holland, Texel en ook Westfriesland sterk is vertegenwoordigd.

VERBLIJSACCOMMODATIE	NOORD-HOLLAND NOORD	KOP VAN NOORD-HOLLAND/ WESTFRIESLAND*	REGIO ALKMAAR
Hotel, pension, groepsaccommodatie	11.504	6.041	5.463
Kampeesterreinen	43.187	39.081	4.106
Huisjesterreinen	25.915	19.961	5.954
Totaal	80.606	65.083	15.523

TABEL 4 CAPACITEIT LOGIESACCOMMODATIES IN NOORD-HOLLAND NOORD NAAR COROP-REGIO, 2017

Bron: Cijfers.Noord-Holland.nl

* Westfriesland en de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) vormen samen één COROP-regio en zijn daarom als een gepresenteerd

Ketenvorming in de verblijfsrecreatie vindt in Noord-Holland Noord minder plaats dan in de rest van de provincie; er zijn meer particulieren eigenaren van verblijfsaccommodaties. Vooral campings en vakantieparken hebben vaker een particuliere eigenaar, respectievelijk 76,3% en 73,9%.

Naast het reguliere aanbod aan verblijfsaccommodaties zijn er in Noord-Holland Noord verhuringen van woningen en andere accommodaties als Airbnb (toeristische verhuur van woonruimte). In Noord-Holland Noord wordt ongeveer 22% van alle gereserveerde Airbnb-nachten van de provincie Noord-Holland. Wegens ontbrekende data kunnen we niet het aandeel in het totaal aantal overnachtingen in Noord-Holland Noord aangeven. Een opvallend kenmerk is dat in Noord-Holland Noord een relatief groot aandeel van 87% van de Airbnb-reserveringen meer dan 60 dagen per jaar worden verhuurd. Dit duidt op een Airbnb-markt die zich sterk professionaliseert.

Vitaliteit logiesaccommodaties

Voor de drie subregio's is een onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van campings en bungalowbedrijven. De onderzoeken zijn verschillend uitgevoerd, zodat een goede vergelijking tussen de regio's niet helemaal mogelijk is. Tabel 5 geeft de resultaten.

VITALITEIT	NOORD-HOLLAND NOORD	KOP VAN NOORD-HOLLAND (INCL TEXEL)	WEST-FRIESLAND*	REGIO ALKMAAR*
Toppers van toen	7%	9%	17%	12%
Vitale accommodaties	43%	46%	36%	67%
Zorgenkindjes	39%	21%	17%	15%
Meervoudige problematiek	11%	23%	31%	5%

TABEL 5 VITALITEIT LOGIESACCOMMODATIES IN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Vitaliteitsonderzoek Kop van Noord-Holland 2019, Vitaliteitsonderzoek Regio Alkmaar en Westfriesland 2019

* Westfriesland en Regio Alkmaar is inclusief hotels. Kop van Noord-Holland is inclusief Texel.

De vitale vakantieparken hebben voldoende kwaliteit en perspectief om tegemoet te komen aan de wensen van de gast. De toppers van toen hebben last van de remmende voorsprong. Deze bedrijven staan onder druk, maar hebben wel voldoende toekomstperspectief. De zorgenkindjes worden gevormd door bedrijven waar de kwaliteit nu nog op orde is, maar waar het perspectief onder druk staat. Bijvoorbeeld vanwege beperkte omgevingskwaliteiten of schaalgrootte. De bedrijven met een meervoudige problematiek hebben zowel onvoldoende kwaliteit als weinig perspectief. Op deze bedrijven vindt ook oneigenlijk gebruik plaats.

Voor de subregio's zijn uit de onderzoeken conclusies getrokken:

- Kop van Noord-Holland (incl. Texel):
 - Logiesaccommodaties zijn eenzijdig gericht op kustbeleving
 - Onderscheidend vermogen van parken en ondernemerschap wordt als beperkt gezien
 - Parken voeren over het algemeen een lage kosten strategie gericht op schaal en efficiency
 - Vernieuwing en innovatie zijn belangrijk om als sector toekomstproof te worden
- Westfriesland:
 - De helft van de accommodaties heeft bewustzijn van de markt en vertoont goed ondernemerschap
 - Zo'n 60% heeft een goede ligging
 - Meer ondernemerschap is noodzakelijk
 - Meer aandacht voor uitponding en 'oneigenlijk gebruik'
- Regio Alkmaar:
 - Ruim 60% van de ondernemers vertoont goed ondernemerschap
 - Bijna de helft heeft een goed bewustzijn van de markt
 - Ruim 80% heeft een goede of uitstekende ligging
 - Meer ondernemerschap is noodzakelijk
 - Meer aandacht voor uitponding en 'oneigenlijk gebruik'

Verblijfsaccommodaties met vernieuwende en onderscheidende formules

In voorgaande onderzoeken is aangegeven dat innovatie en vernieuwing bij verblijfsaccommodaties achterblijven. Naast die conclusie zien we binnen de regio diverse ondernemers die erin slagen innovatie op hun verblijfsaccommodatie door te voeren en zo een onderscheidende positie op de markt innemen. In tabel 6 is ter inspiratie een overzicht opgenomen van een aantal voorbeelden.)



Het Bos Roept

Natuurkampeerterrein (eerder van Staatsbosbeheer) in Robbenoordbos dat zich specifiek richt op meer hippe kampeerders (avontuurzoekers). Kleinschalig terrein met verschillende soorten kampeerplekken (van afgezonderd in het bos tot veldjes met kampvuren) en logiesaccommodaties (eco-cabins, natuurhuisjes). Activiteitenprogramma met yoga, hottub, kas als ontmoetingsruimte. Populair bij Amsterdammers die voor een weekendje buiten willen zijn.

Bron: www.hetbosroept.nl



Strandhuisjes Julianadorp

Als één van de eerste logiesaccommodaties aan de Noordzeekust werd bij Julianadorp op het strand een unieke nieuwe logiesvorm aangeboden. Dit kreeg brede navolging langs de gehele Noordzeekust.

Bron: www.parkvakanties.nl



SoHo Hotel Schagen

Gloednieuw hotel met een concept dat zich helemaal richt op het gebruik maken van moderne technologie.

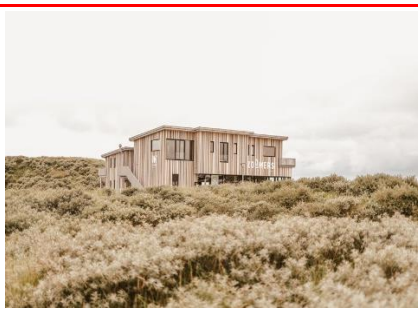
Bron: www.heerlijk.nl



Kustwachtoren 't Torentje Huisduinen

De vuurtoren is ingericht als appartement met een uniek uitzicht over Huisduinen, Den Helder en de zee.

Bron: www.flickr.nl

	Short stay in Werf Den Helder (In planvorming) Ontwikkeling van short stay logementen in de Oude Rijkswerf Willemsoord Bron: www.booking.com
	Strandhotel Zoomers Boetiekhôtel gelegen in de duinen van Castricum aan Zee, 100% energieneutraal en gebouwd van duurzame materialen. Bron: www.zoomersaanzee.nl

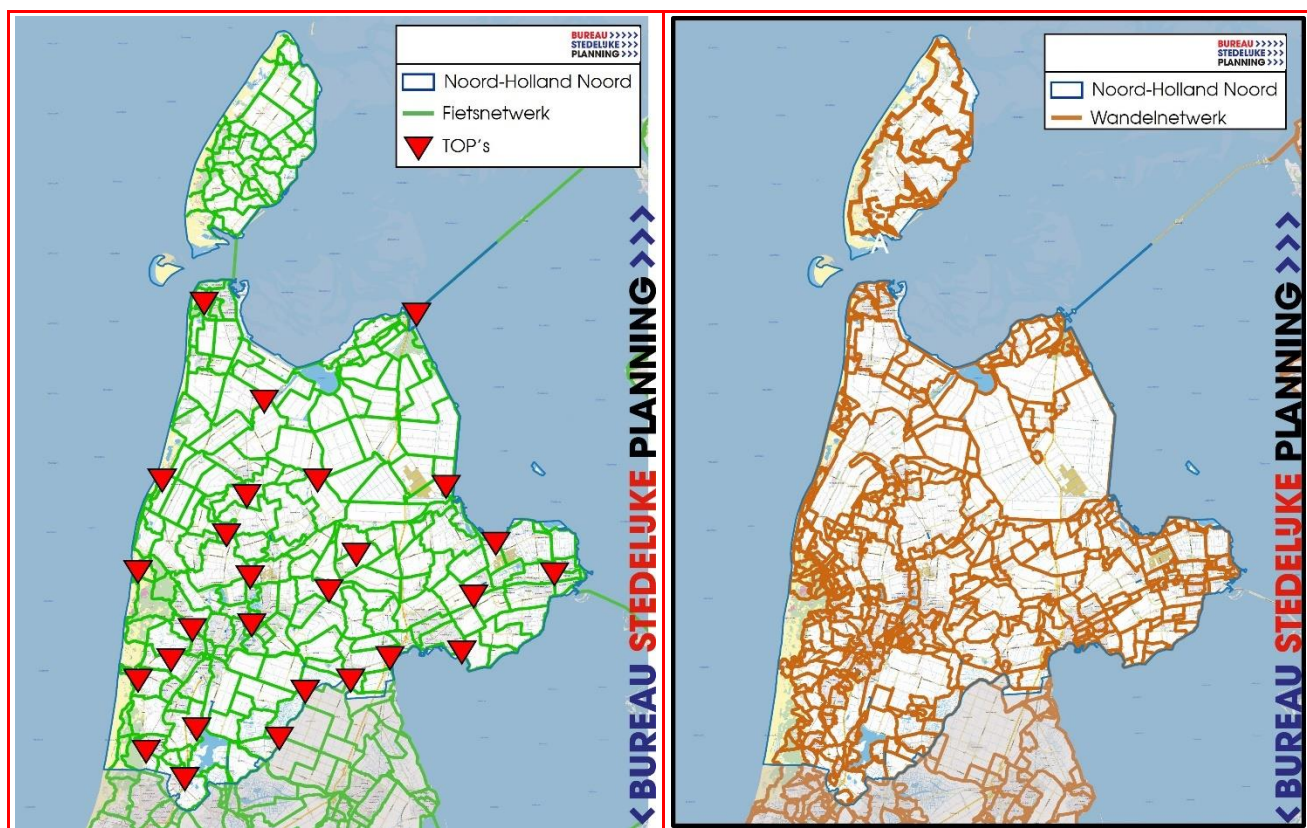
TABEL 6 INSPIRELENDE VOORBEELDEN INNOVATIEVE VERBLIJFSACCOMMODATIES

7.2 DAGRECREATIE

Routenetwerken

Noord-Holland Noord een uitgebreid wandel- en fietsnetwerk voor dagrecreatie. Deze paden verbinden de gemeenten en regio's met elkaar en bieden de recreanten de kans door heel Noord-Holland Noord te reizen. Voor minder toeristische gemeenten zijn de fietsnetwerken de voornaamste faciliteit voor bezoekers (bron: interviews). Met uitzondering van Texel zijn verspreid door de regio TOP (toeristische overstappunten) aangelegd waar de bezoeker de auto kan parkeren en de route kan starten.

Geconcludeerd kan worden dat Noord-Holland Noord over het algemeen over een fijnmazig fietsnetwerk beschikt. In de landschappelijk en toeristisch relatief minder aantrekkelijke gebieden is het netwerk meer grofmazig (polders in de Kop van Noord-Holland). Langs de kusten lopen de langeafstandsfietsroutes LF Kustroute en LF Zuiderzeeroute.



FIGUUR 39 LINKS FIETSNETWERK EN RECHTS WANDELNETWERK NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: geodata.nationaalgeoregister.nl. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De fijnmazigheid van het wandelnetwerk laat lokaal een zeer verschillend beeld zien. Met name in en bij het duinengebied is sprake van een fijnmazig netwerk. Dit geldt ook voor grote delen van Westfriesland. Maar daarnaast zien we lokaal grote witte vlekken op de kaart waar geen wandelnetwerk is. Dit geldt in de Kop van Noord-Holland en ten zuidoosten van Alkmaar. Op Texel is momenteel nog geen wandelnetwerk ingetekend, maar hier zijn lokaal wel verschillende wandelroutes aanwezig. Noord-Holland Noord telt verschillende langeafstandwandelpaden, te weten: Kustpad, Zuiderzeepad, Grootfrieslandpad en Trekvogelpad. Op Texel en langs de Westfrieze Omringdijk zijn streekpaden aanwezig.

Musea, attracties en evenementen

De regio Noord-Holland Noord kent diverse musea en attracties. Een groot deel hiervan is gekoppeld aan de cultuurhistorie van het gebied. Zij sluiten daarbij aan op het eerder omschreven DNA van de regio. Ook de grotere evenementen hebben een thematische link met het DNA van het gebied, met name de relatie met het water springt hier in het oog. Daarnaast kent de regio een aantal bezoekerscentra die meer gekoppeld zijn aan de natuurwaarden van de regio. Er zijn relatief weinig (grotere) attracties die qua thematiek los staan van de locatie en geen directe inhoudelijke relatie hebben met hun omgeving. Er zijn weinig grote attracties in

Noord-Holland Noord, wel zijn er veel kleinere attracties. Veelal aansluitend op het DNA van het gebied.

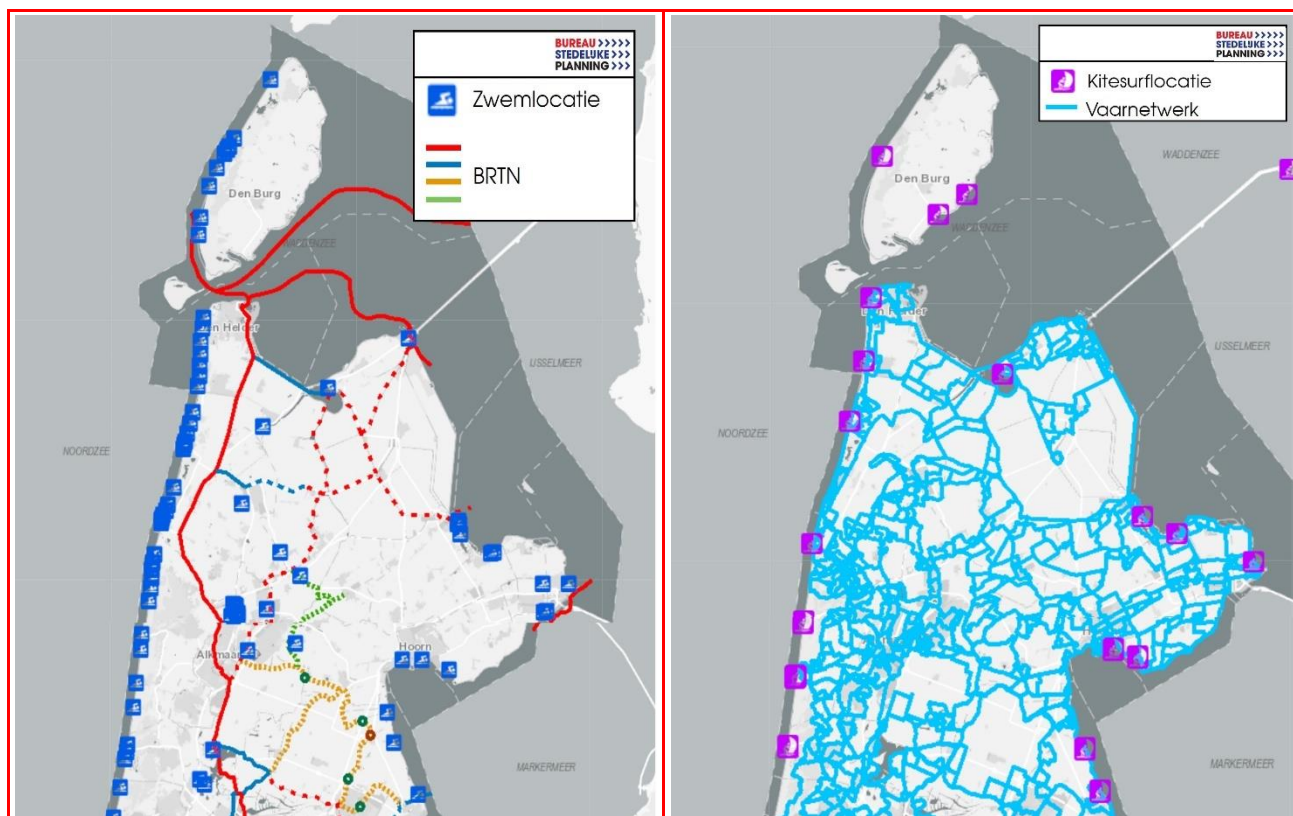


FIGUUR 40 DE MEEST BEKENDE ATTRACTIES EN EVENEMENTEN IN NOORD HOLLAND NOORD

Bron: PDOK achtergrondkaart. Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Waterrecreatie

In figuur 41 zijn de waterrecreatiemogelijkheden in de regio opgenomen.



FIGUUR 41 VAARROUTES, ZWEMLOCATIES EN KITESURFLOCATIES NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: geodata.nationaalgeoregister.nl. Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Het aanbod van waterrecreatie laat zich onderverdelen naar de kustzone en het binnenwater. Het aanbod kan als volgt worden getypeerd³¹:

- Kustzone:
 - Noordzeekust: kenmerkt zich door een breed aanbod aan kustplaatsen (Castricum, Egmond, Schoorl, Bergen, Groet, Callantsoog, Julianadorp, De Koog) met verblijfsaccommodaties aan en nabij de kust, veel mogelijkheden voor brandingsporten, durfsporten en strandrecreatie. Piekdrukke op zonnige, zomerse dagen kan leiden tot filevorming richting het strand. Texel is bekend om catamaranevent Ronde om Texel.
 - IJsselmeer- en Markermeerkust: veel mogelijkheden voor de pleziervaart (motor- en zeilboten). In het gehele gebied zijn veel (grote) jachthavens gelegen bij Den Helder, Den Oever, Medemblik, Enkhuizen en Hoorn. De bruine vloot is kenmerkend. Den Oever is een belangrijk verbindingspunt (jachthavens, sluis en brug) richting de Waddeneilanden (waaronder Texel). Verder bevindt zich bij Hoorn (Schellinkhout) een belangrijke kitesurfspot. Medemblik huisvest het moderne Regatta Center, Sail Den Helder is een groot terugkerend evenement en de Waddenbaai biedt mogelijkheden voor

³¹ Bron: verkenning waterrecreatie Noord-Holland 2016

wadlopen. De bereikbaarheid van het water kan langs de IJsselmeerkust, in bijzonder de kust boven Medemblik, beter³².

- Binnenwater: het binnenwater laat zich in hoofdlijnen typeren door:
 - Kop van Noord-Holland: riviercruisevaart in Den Helder, grofmazig vaarnetwerk voor boten en sloepen, vooral de omvangrijke mate van de hengelsportactiviteiten zijn van belang, waterrecreatie op het Amstelmeer;
 - Westfriesland: de vele kleine vaarwateren worden tezamen een eigen regionaal netwerk veelvuldig benut voor varen met sloep, fluisterboot, SUP-board (stand-up paddling), kano en tuindersschuit. Ook veel hengelsportactiviteiten. Hoorn en Enkhuizen zijn belangrijk voor de riviercruisevaart;
 - Regio Alkmaar: Alkmaar is onder meer een van de bestemmingen binnen de riviercruisevaart. Verder is bij Alkmaar vooral het Alkmaarder- en Uitgeestermeer als waterrecreatiegebied van belang, evenals het Rijk der Duizend Eilanden. Aan het meer zijn verschillende jachthavens gelegen. Verder spelen in de regio Alkmaar de fluistervaartactiviteiten een belangrijke rol.



FIGUUR 42 WATERRECREATIE NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: www.unsplash.com, www.bergenaanzee.com, www.landschapnoorholland.nl, www.dehavengids.nl

³² Bron: interviews

7.3 INNOVATIE

Op verschillende vlakken binnen het toeristisch-recreatieve aanbod vindt innovatie plaats.

- Het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord zet in op innovatie en seizoensverbreding in de regio. Het jaarrond aantrekkelijk maken van Noord-Holland Noord biedt voordelen voor de economische continuïteit van toerisme en recreatie in het gebied en spreiding van bezoekers over het jaar. Dit doet zij bijvoorbeeld door ondersteuning van regionale marketing HbA en de Taskforce Verblijfsrecreatie.
- Duurzaamheid speelt op diverse manieren voor zowel het verblijf- als dagrecreatieve aanbod. Er zijn koplopers maar ook ondernemers en organisaties die er niet voor open staan. Voorbeelden zijn duurzame en circulaire bouw van vakantiewoningen en het oprichten van richtlijnen voor duurzaamheid binnen recreatiegebieden.
- Recreatie Noord-Holland zet rondom het Geestmerambacht en Alkmaarder- en Uitgeestermeer in op verbinding met direct omwonende; eigen inwoners staan voorop. Staatbosbeheer zet in op gezondheid door wandel- en sportmogelijkheden voor bezoekers aan hun natuurgebieden.
- Verdere innovatie is voor een deel van de horecaondernemers lastig door de eerdergenoemde uitdagingen van weinig beschikbare tijd en geld.
- Een ontwikkeling in Noord-Holland is het agri- en foodtoerisme. De keten van produceren tot consumeren wordt kort gehouden. Dit gebeurt door verkoop direct van het land, zoals de Westfrieze stalletjes, maar ook horeca met streekgerechten van streekproducten. Het programma 'Waddengastronomie versterkt Werelderfgoedbeleving' moet de Waddeneilanden culinair op de kaart gezet. Dergelijke type toerisme en recreatie passen bij de unieke identiteit van Noord-Holland Noord.



FIGUUR 43 LINKS: GEESTMERAMBACHT. RECHTS: ALKMAARDER- EN UITGEESTERMEER
Bron: www.geestmerambacht.nl, www.alkmaarder-enuitgeestermeer.nl

7.4 CONCLUSIES AANBOD

- Verblijfsaccommodaties zijn vooral te vinden in een strook langs de Noordzeekust en op Texel. Opvallend is dat Regio Alkmaar vooral voorziet

in hotels/motels, terwijl de Kop van Noord-Holland inclusief Texel meer gericht is op campings en vakantieparken. Westfriesland heeft beduidend minder verblijfsaccommodaties maar jachthavens zijn wel sterk vertegenwoordigd.

- Ketenvorming in de verblijfsrecreatie is in Noord-Holland Noord minder dan in rest van provincie. Vooral campings en vakantieparken hebben vaker een particuliere eigenaar. Daarnaast professionaliseert Airbnb in het gebied.
- Omvangrijke en aaneengesloten duin- en natuurgebieden met een uitgebreid aanbod aan recreatievoorzieningen.
- Fiets- en wandelnetwerk verbinden gemeenten in de regio's en zijn voor recreatie in het binnenland erg van belang. In de kustplaatsen zijn toeristisch-recreatieve voorzieningen vaak gerelateerd aan water. Het toeristisch-recreatieve aanbod speelt hiermee in op het DNA en de unieke kenmerken van het gebied.
- Uitdagingen zijn personeelstekorten, faillissementen door coronaschulden en weinig nieuwe aanwas uit toerisme- en recreatieopleidingen (zoals bijv. wel via Texel Academy gebeurd). Samenwerking tussen ondernemers om regio's als geheel op de kaart te zetten is beperkt.
- Innovatie vindt plaats op verschillende vlakken: waardevol toerisme en recreatie, duurzaamheid en circulariteit en verbinding tussen natuur- en recreatiegebieden en hun omwonenden.



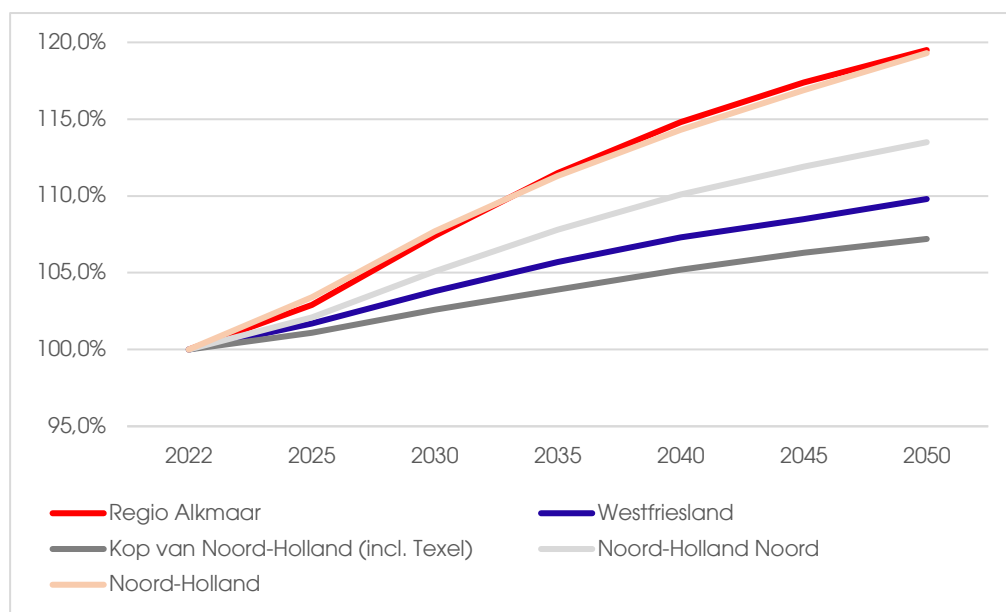
8 INWONERS- EN BEZOEKERSPROFIEL

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de huidige vraag van bezoekers en bewoners en de verwachte ontwikkeling in de komende periode. Verschillende trends en ontwikkelingen, waaronder de impact van de coronapandemie op het bezoek, komen aan bod. Afsluitend is een leefstijlanalyse van bewoners en bezoekers verricht.

8.1 MEER BEWONERS EN BEZOEKERS IN DE TOEKOMST

INWONERSGROEI VOORNAMELIJK IN REGIO ALKMAAR >>

Het aantal inwoners in Noord-Holland Noord zal tot 2050 toenemen tot ca. 775.000, een groei van 13,4% ten opzichte van 2022³³. De voornaamste groei vindt plaats in Regio Alkmaar. Een deel van de toename van het aantal inwoners in Noord-Holland Noord zal naar verwachting afkomstig zijn vanuit de Metropoolregio Amsterdam (MRA). De nieuwe woningen die in Noord-Holland Noord gebouwd worden en in goede verbinding staan met de MRA bieden hiervoor kansen³⁴. Het inwonersaantal in de gehele provincie Noord-Holland zal met 19,3% toenemen tot 2050.



FIGUUR 44 INWONERSGROEI TEN OPZICHTE VAN 2022

Bron: Primos, 2022. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

³³ Bron: Primos bevolkingsprognose, 2022

³⁴ Bron: interviews

REGIO	2030	2040	2050
Regio Alkmaar	7,4%	14,8%	19,5%
Westfriesland	3,8%	7,3%	9,8%
Kop van Noord-Holland	2,6%	5,2%	7,2%
Noord- Holland Noord	5,1%	10,1%	13,5%
Noord-Holland	7,7%	14,3%	19,3%

TABEL 7 BEVOLKINGSPROGNOSE TEN OPZICHTE VAN 2021 (2021=0%)

Bron: Primos, 2022. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De toename in het aantal inwoners in Noord-Holland Noord betekent dat er ook meer mensen zullen recreëren in het gebied. Met name in Regio Alkmaar zal de toename merkbaar zijn. In deze regio is er al druk op het wegennet en openbaar vervoer, en dit gaat met meer recreanten toenemen³⁵. Mede daarom is het van belang dat bewoners kunnen recreëren in hun omgeving, daarom zet Recreatie Noord-Holland in op het versterken van de fysieke verbinding tussen de (nieuwe) wijken en het Alkmaarder- en Uitgeestermeer en Geestmerambacht. Staatbosbeheer onderzoekt momenteel hoe zij het beste kunnen inspelen op de groei in recreanten in Noord-Holland Noord.

KOMENDE JAREN HERSTEL INKOMENDE BEZOEKERSAANTALLEN >>

Naar verwachting van het NBTC³⁶ groeit toerisme door tot **minimaal 28,7 miljoen en maximaal 42 miljoen** inkomende bezoekers in 2030. Kenmerken voor de toekomstige markt zijn:

- Bezoekers uit Europese landen vormen nog steeds de voornaamste groep. Het aandeel Europese bezoekers blijft ca. 79%, gelijk aan 2017.
- Duitsland, België en Groot-Brittannië blijven de belangrijkste herkomstlanden. Dit is gunstig voor Noord-Holland Noord aangezien Duitsland en België hier de grootste groep bezoekers vormt.

8.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

ALGEMENE TRENDS	
	CORONACRISIS VERSTERKT BEHOEFTE AAN RUSTIGE OMGEVING EN BEWEGEN De impact van de coronapandemie is merkbaar in de invulling van vakanties en vrijetijdsbesteding. Bestemmingen met natuur en activiteiten in een rustige omgeving zijn populair. Dit resulteert in een grotere stroom recreanten vanuit de MRA richting Noord-Holland Noord. Maar ook zijn meer Nederlanders zelf bezig gegaan met hun gezondheid en zijn meer in beweging. Wandelen en fietsen zijn populairder dan ooit geworden. Ook ziet het CBS een trend waarin inwoners de drukke stad verlaten en zich vestigen in het landelijk gebied.

³⁵ Bron: interviews

³⁶ Verlijftoerisme in Nederland in 2022. NBTC op 22 maart 2022

	VERGRIJZING ZET DOOR De oudere generaties zullen de komende jaren bijdragen aan de groei van de bestedingen in de leisuresector. Dit alleen al vanwege het feit dat het aandeel ouderen in de bevolking toeneemt door vergrijzing. In de komende twee decennia stijgt het aantal inwoners van Noord-Holland ouder dan 65 jaar van ca. 530.000 in 2021 naar ca. 780.000³⁷ in 2040, wat betekent dat het aandeel 65+'ers in de gehele provincie stijgt van 18,5% naar 22,9%. Deze 65-plussers zijn interessant voor de leisuresector, vanwege hun hoge inkomen/vermogen waardoor ze meer te besteden hebben. Bovendien zijn de huidige senioren gezonder en actiever dan de vooroorlogse generatie. Ook zorgen ouderen voor betere spreiding van toerisme en recreatie over het jaar, buiten de toeristische seizoenen (jaarrond bezoek). Tot slot maakt vergrijzing de toerisme- en recreatiesector iets minder gevoelig voor de economische conjunctuur, omdat ze niet afhankelijk zijn van inkomen uit werk en tijdens een recessie niet hoeven te vrezen voor verlies van hun baan.
	CLUSTERING Leisureondernemers zoeken in de strijd om de consument ook de samenwerking op met andere leisure ondernemers. Door bij elkaar in de buurt gevestigd te zijn kunnen aanbieders profiteren van elkaars bezoekers, is een locatie sneller top of mind, en kunnen bezoekers worden verleid om langer te blijven. Deze clustering is gunstig met oog op de ruimtevrage, bijvoorbeeld door gedeelde parkeervoorzieningen). In sommige grootschalige clusters kunnen bezoekers onder één dak of op één terrein zoveel activiteiten ondernemen, dat ze aan een dag nooit genoeg hebben. Hiermee combineren aanbieders twee behoeften van consumenten: tijdsbesparing en belevenisverhoging. Maar uiteraard zijn er ook doelgroepen die clustering en schaalvergroting juist minder waarderen en voor kleinschaligheid en niches gaan.
	VERDUURZAMING WORDT GEMEENGOED Duurzaamheid staat steeds hoger in het vaandel bij toeristisch-recreatieve bezienswaardigheden en voorzieningen. Door clustering van leisurevoorzieningen kan slim worden samengewerkt op het gebied van energieuitwisseling of om andere duurzaamheidsmaatregelen te treffen. Maar ook veel musea en andere attracties zijn bezig met een reductie van het energie verbruik en het aanleggen van zonnepanelen op daken.
	NAAST BELEVENISSEN OOK BETEKENISVOLLE ACTIVITEITEN De consument wil in de schaarse vrijetijd niet alleen iets beleven, maar steeds vaker ook een betekenisvolle ervaring hebben. Dit zorgt onder meer voor een toename van het aantal zogenoemde edutainment attracties, waarbij educatie en entertainment zijn vervlochten tot een aantrekkelijke publiekstrekker. De hang naar betekenis manifesteert zich ook in oog voor de omgeving en duurzaamheid. Steeds meer ondernemers presenteren zich als duurzaam en zijn transparant over hun bedrijfsvoering, om de consument aan zich te binden in een competitieve markt.

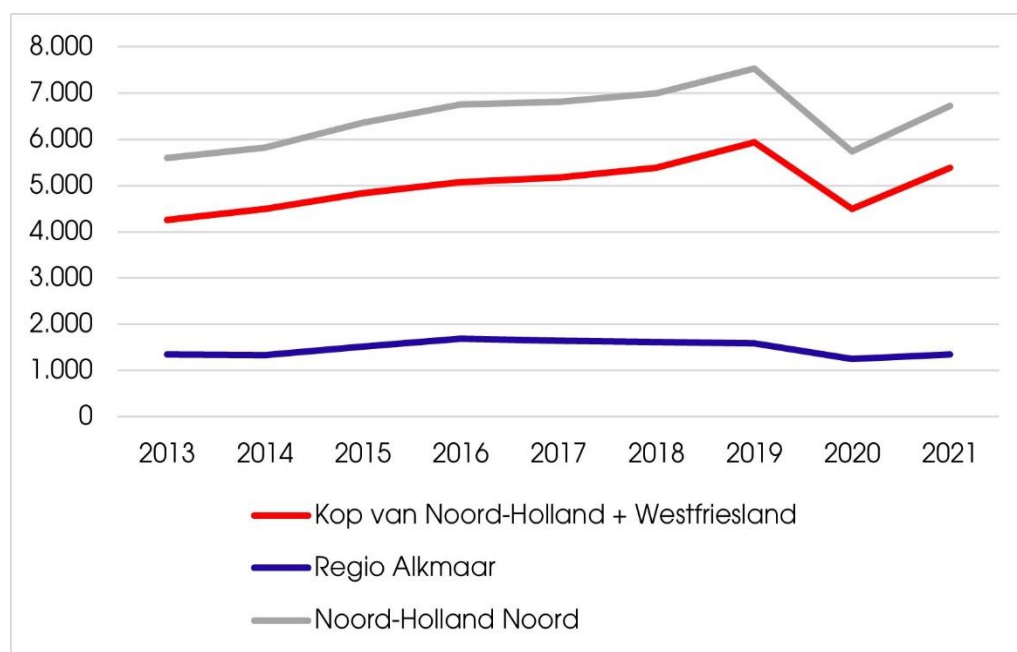
³⁷ Bron: Bevolkingsprognose Noord-Holland 2021-2050

BUNGALOWS EN VAKANTIEWONINGEN GELIEFD >>

Nederlanders hebben in 2020 totaal gezamenlijk 16,7 miljoen binnenlands vakanties ondernomen³⁸. Dit is goed voor 87,5 miljoen overnachtingen. Dit is een daling ten opzichte van 2019 (pre-corona): 17,4 miljoen vakanties en 86,9 miljoen overnachtingen in 2019. Het tweede meest bezochte toeristengebied in Nederland zijn de Noordzeebadplaatsen, waar Noord-Holland Noord onderdeel van is. Men onderneemt vooral vakanties in de zomerperiode en in de meeste gevallen een korte vakantie (2 tot 8 dagen). Bungalows/vakantiewoningen zijn de meest populaire accommodatie (33% van de vakanties), en ook vakanties met overnachting in hotel/motel (29% van de vakanties) worden veel ondernomen.

OVERNACHTINGEN NOORD-HOLLAND NOORD >>

Overnachtingscijfers voor Noord-Holland Noord zijn uitsluitend beschikbaar op COROP-niveau.



FIGUUR 45 OVERNACHTINGSCIJFERS NOORD-HOLLAND NOORD
Bron: CBS

Ook van enkele gemeenten zijn de overnachtingscijfers beschikbaar op basis van toeristenbelasting. Texel heeft jaarlijks veruit de meeste overnachtingen, gevolgd door Bergen. Zoals genoemd zijn Nederlandse Noordzeebadplaatsen populaire bestemmingen voor (binnenlandse) vakanties, zo ook in Noord-Holland (Noord).

³⁸ Bron: CVO 2019 en 2020, NBTC-NIPO Research

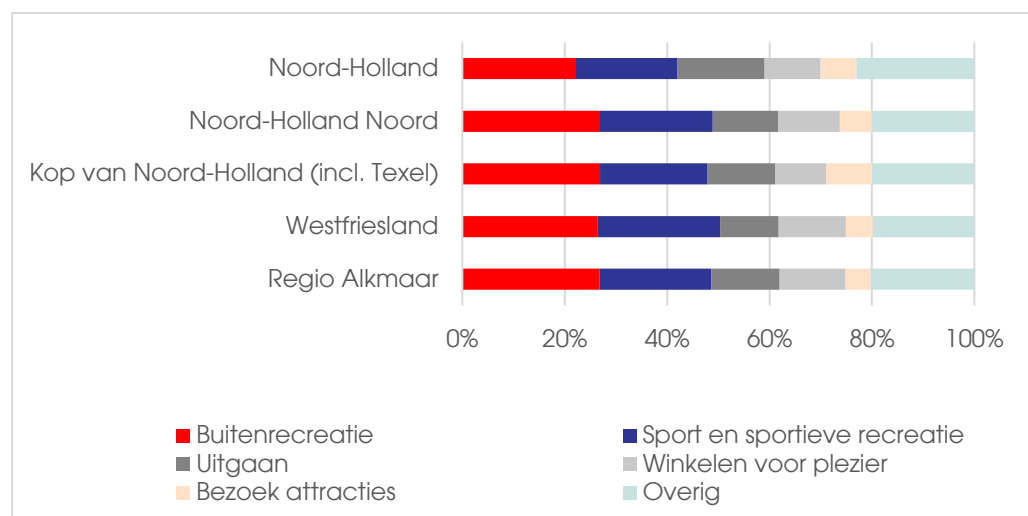
GEMEENTE	OVERNACHTINGEN
Texel	3.411.000
Bergen	1.204.000
Schagen	1.137.806
Medemblik	561.000
Alkmaar	279.000
Enkhuizen	215.000
Opmeer	6.100

TABEL 8 AANTAL OVERNACHTINGEN IN ENKELE GEMEENTEN NOORD-HOLLAND NOORD IN 2019

Bron: Eigen inventarisatie bij gemeenten

BUITENRECREATIE EN SPORT POPULAIR IN NOORD-HOLLAND NOORD >>

Vrijtijdsactiviteiten ondernomen zijn redelijk gelijk in de subregio's. In de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) is het aandeel Nederlanders dat attracties bezoekt hoger dan de andere subregio's.



FIGUUR 46 ONDERNOMEN VRIJETIJDRACTIVITEITEN PER SUBREGIO.

Bron: CVTO 2018, NBTC-NIPO Research. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Gedurende een binnenlandse vakantie zijn bezoek aan natuurgebieden en bezienswaardige gebouwen, wandelen, fietsen, uit eten gaan en funshopping veel ondernomen activiteiten. Van de Nederlanders die hun vrijetijd besteden in Noord-Holland Noord doet 26,7% aan buitenrecreatie. Het aandeel buitenrecreatie is hoger dan in de rest van de provincie. Met name wandelingen en fietstochten zijn populair in het gebied. Met de opkomst van elektrische fietsen kunnen recreanten en toeristen steeds grotere delen van Noord-Holland Noord ontdekken. Ook sport en sportieve activiteiten komen in Noord-Holland Noord veel voor (22,2%). In vergelijking met de rest van de provincie worden in het gebied minder attracties bezocht (met uitzondering van de Kop van Noord-Holland). Het bezoek aan

attracties blijft mogelijk mede achter vanwege het beperkte aanbod aan grotere attracties in Noord-Holland Noord.

WEINIG GROTE ATTRACTIES >>

In tabel 9 is een overzicht opgenomen van de bezoekersaantallen van de grotere attracties in Noord-Holland Noord. Opvallend is dat de regio maar een beperkt aantal grotere attracties en musea kent. Slechts zes locaties hebben meer dan honderdduizendbezoekers. Het buitencentrum, Zuiderzeemuseum, Ecomare en Kaasmarkt zijn direct te koppelen aan het DNA van de regio. Voor Sprookjeswonderland en dierenpark Hoenderdaell geldt dat niet.

LOCATIE	BEZOEKERSAANTALLEN
Buitencentrum Schoorlse Duinen	350.000
Zuiderzeemuseum	280.000
Ecomare	275.000
Sprookjeswonderland	230.000
Dierenpark Hoenderdaell	220.000
Kaasmarkt Alkmaar	165.000
Museumstoomtram	100.000
Marinemuseum Den Helder	90.000
Museum Kranenburgh	70.000
Stedelijk museum Alkmaar	65.000
Kaap Skil	60.000
Westfries Museum	55.000
Museum Broekerveiling	50.000
Museum van de 20 ^e eeuw	50.000
Museummolen	30.000
Kasteel Radboud	20.000

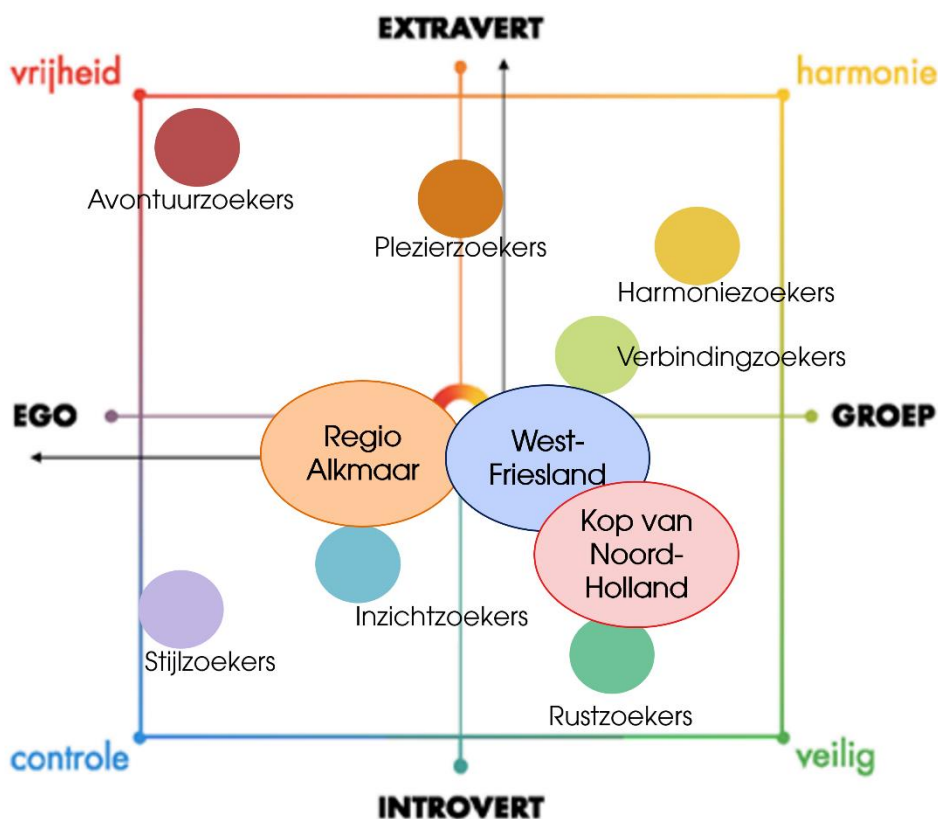
TABEL 9 BEZOEKERSAANTALLEN MUSEA, EVENEMENTEN EN ATTRACTIES IN NOORD-HOLLAND NOORD
Bron: online inventarisatie op verschillende websites

8.3 LEEFSTIJLANALYSE

Inwoners

De Leefstijlvinder geeft een beeld van de leefstijlen van inwoners van Noord-Holland Noord. In bijlage 3 is achtergrondinformatie gegeven bij de leefstijlanalyse die veel wordt gebruikt in de leisuresector en die we in deze analyse ook hanteren.

De voornaamste leefstijl in het gebied is de Rustzoeker (18,4%). In de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) en Westfriesland is Rustzoeker overal de voornaamste leefstijl, behalve in Hoorn daar is het Plezierzoeker. Regio Alkmaar is divers in leefstijlen; hier zijn veel inzichtzoekers, stijlzoekers, rustzoekers en plezierzoekers te vinden.



FIGUUR 47 LEEFSTIJLEN INWONERS VAN SUBREGIO'S

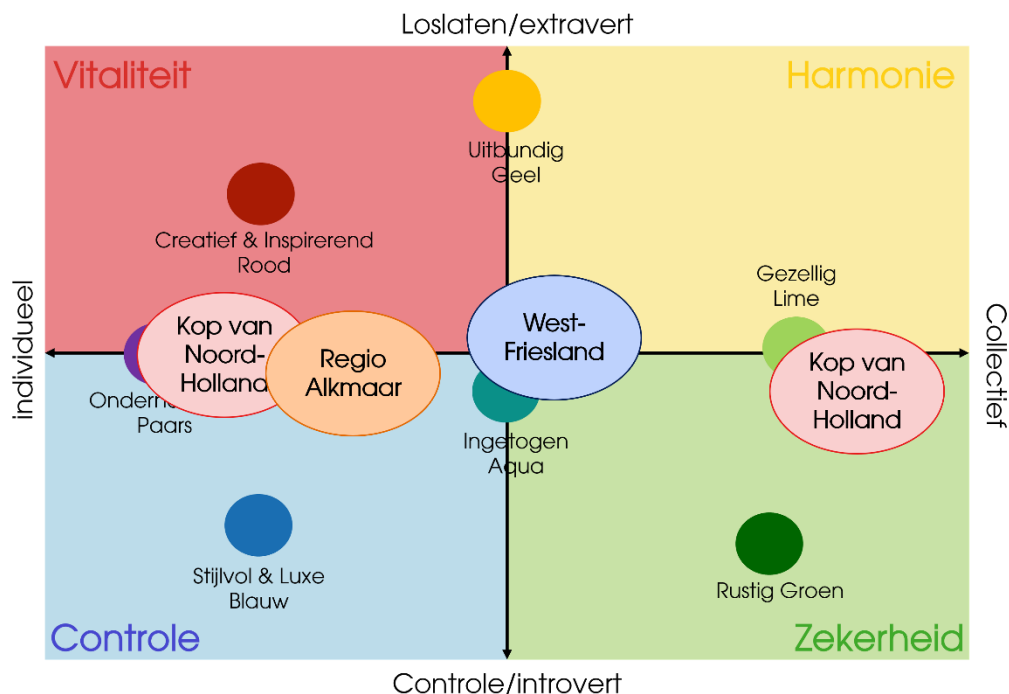
Bron: Provincie Noord-Holland Portaal Kaart en Data. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Bezoekers

De leefstijlen van bezoekende verblijfsrecreanten in Noord-Holland Noord zijn inzichtelijk gemaakt met het model van de Leisure Leefstijlen. Dit model was een voorganger van de Leefstijlvinder (het model dat we toepassen voor de inwoners van de regio). De Leisure Leefstijlen onderscheiden eveneens zeven segmenten, maar deze komen niet geheel overeen met de Leefstijlvinder. Er worden twee modellen aangehouden omwille van schaarse beschikbare data over leefstijlen van bezoekers. Door de verschillen binnen de modellen is een één op één vergelijking niet mogelijk en onderlinge vergelijkingen van de resultaten moeten met enige terughoudendheid gemaakt worden.

In het gebied is de leefstijl Ingetogen Aqua het meest voorkomend (28,2%). Ruim de helft van de bezoekers in Westfriesland is Ingetogen Aqua (57%). In Regio Alkmaar zijn de meeste bezoekers Ondernemend Paars. In de Kop van Noord-

Holland (incl. Texel) zijn twee leefstijlen sterk aanwezig, zowel Ondernemend Paars als Gezellig Lime.



FIGUUR 48 LEEFSTIJLEN BEZOEKERS VAN SUBREGIO'S

Bron: Provincie Noord-Holland Portaal Kaart en Data; bewerking: Bureau Stedelijke Planning

* De Kop van Noord-Holland is tweemaal geplaatst in het model omdat hier twee uiteenlopende leefstijlen veel voorkomen,

De twee modellen voor leefstijltypering zijn niet exact met elkaar te vergelijken, maar op hoofdlijn zijn wel de volgende conclusies te trekken:

- De vraag vanuit bewoners richt zich voornamelijk op vrijetijdsbesteding in eigen omgeving. Rust en stilte worden gewaardeerd en recreatie in natuurgebieden is populair. In de meer stedelijke gebieden zoals Alkmaar (en aangrenzende gebieden) en Hoorn zijn inwoners liever actief in hun vrijetijd en zoeken naar vermaak.
- Bezoekers in Westfriesland zijn op zoek naar rustige en alledaagse activiteiten, zoals wandelen en fietsen in de natuur. In Regio Alkmaar en de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) zijn bezoekers meer gericht op actieve en bijzondere activiteiten.

Voor zowel bewoners als bezoekers blijkt dat een aanzienlijk deel de mogelijkheid tot rustige activiteiten in de natuur waardeert in Noord-Holland Noord. Anderzijds zijn de meer stedelijke gebieden van waarde voor de bewoners en bezoekers die op zoek zijn naar sportieve of bijzondere activiteiten en exclusiviteit.

8.4 CONCLUSIE

- De dominante leefstijlen van bezoekers en bewoners komen in Regio Alkmaar en Westfriesland goed overeen. In Regio Alkmaar zijn zowel bewoners als bezoekers op zoek naar bijzonder en sportieve activiteiten en vinden exclusiviteit van belang. In Westfriesland zijn rustige activiteiten als wandelen en fietsen bij bewoners en bezoekers populair; beiden brengen graag tijd door in de natuur.
- In de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) komen de leefstijlen van bewoners en bezoekers minder goed overeen. Bewoners ondernemen rustige activiteiten in eigen omgeving en natuur, terwijl bezoekers meer op zoek zijn naar avontuurlijke en sportieve activiteiten.
- Aansluitend bij de meest voorkomende leefstijlen van bezoekers en bewoners is buitenrecreatie en sport populair in Noord-Holland Noord. Dit behelst met name wandelen, fietsen en sportieve activiteiten.
- Bungalows en vakantieparken waren al populaire verblijfsaccommodaties voor bezoekers in Noord-Holland Noord, maar dit is ten tijde van corona versterkt.
- Er wordt een groei van het aantal inwoners en bezoekers verwacht voor de Regio Alkmaar. Dit zal leiden tot extra recreatieve stromen en natuur- en recreatiegebieden moeten hierop in gaan spelen.
- Ook het inwoneraantal van de MRA gaat naar verwachting sterk toenemen, een deel van hun recreatieactiviteiten gaat waarschijnlijk plaatsvinden in de regio Noord-Holland Noord. Dit heeft dan naar verwachting met name betrekking op die activiteiten waar de regio een onderscheidend aanbod in heeft (zoals rust en ruimte in de natuur). Het overgrote deel van de recreatieactiviteiten zullen dicht bij huis plaatsvinden in de MRA zelf.



9 BELEID, MARKETING EN ORGANISATIE

Dit hoofdstuk analyseert de beleids-, marketing- en organisatiekracht van de toeristisch-recreatieve sector in Noord-Holland Noord. Wat zijn de algemene structuurkenmerken voor de bestaande samenwerkingen in beleid? Welke gezamenlijke beleidsinzet is er op het niveau van de subregio's? In hoeverre zijn er regionaal en lokaal doelen bepaald voor toeristisch-recreatieve groei, balans of mindering? In hoeverre is er beleidsmatig ontwikkelruimte? Interviews met gemeenten en brancheorganisaties leren ons hoe krachtig de sector georganiseerd is, welk ontwikkelperspectief zij zien en hoe zij voorsorteren op de bredere gebiedsopgaven. De analyse is uitgevoerd op basis van de interviews die zijn gehouden met de gemeenten, Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord en regiomanagers van de provincie Noord-Holland.

9.1 ANALYSE HUIDIGE BELEID EN SAMENWERKING

ALGEMENE KENMERKEN BESTUURLIJKE SAMENWERKING >>

In de regio Noord-Holland Noord wordt bestuurlijk samengewerkt op het schaalniveau boven de gemeente en op het niveau onder de provincie Noord-Holland:

- De bestuurlijke samenwerking binnen speelt zich dominant af op twee schaalniveaus: het schaalniveau Noord-Holland Noord en het schaalniveau van de subregio's Kop van Noord-Holland (incl. Texel), Westfriesland en Regio Alkmaar.
- Er zijn per gemeente 8 tot 22 samenwerkingen op Noord-Holland Noord-schaal waaronder samenwerking in het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland voor het thema toerisme en recreatie.
- Tussen gemeenten in de subregio's Westfriesland en Regio Alkmaar bestaat onderling aanzienlijk meer samenwerking dan tussen de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) en de subregio's Westfriesland en Regio Alkmaar.
- Er is de afgelopen jaren veel ingezet op gezamenlijke visievorming, maar er lijkt nog weinig sprake te zijn van concrete gezamenlijke uitvoeringssuccessen.

SAMENWERKING NOORD-HOLLAND NOORD >>

In Noord-Holland Noord zijn voor toerisme en recreatie op diverse schaalniveaus samenwerkingen zichtbaar:

- **Op regionaal niveau:** samenwerking op de schaal van Noord-Holland Noord. Feitelijk is de inzet van het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord de enige samenwerking voor toerisme en recreatie die het gehele gebied van de 17 gemeenten omvat.
- **Op subregionale schaal:** samenwerking op niveau van de deelgebieden, te weten Kop van Noord-Holland (incl. Texel), Westfriesland en Regio Alkmaar. Ook vindt er samenwerking plaats tussen de Kustgemeenten en de gemeenten van de IJsselmeerkust.
- **Op intergemeentelijke schaal:** diverse gemeenten hebben een gedeelde beleidsmedewerker toerisme en recreatie. Bergen, Uitgeest, Castricum en Heiloo werken vanuit een gezamenlijke werkorganisatie (BUCH) en hetzelfde geldt voor Stede Broec, Enkhuizen en Drechterland (SED). Zeven (van de 17) gemeenten hebben hun toeristisch-recreatief beleid over de eigen geografische grenzen gebundeld, ofwel ongeveer 40%. Dit is een groot aandeel te noemen.

REGIONALE SAMENWERKING KOP VAN NOORD-HOLLAND >>

Tussen 2016 en 2020 hebben de kopgemeenten Texel, Den Helder, Schagen en Hollands Kroon actief samengewerkt vanuit de inhoud van het Regionaal Ambitiedocument De Kop Werkt. Het regionaal Ambitiedocument geeft op het schaalniveau Kop van Noord-Holland tussen gemeentelijke en provinciale structuurvisies richting en samenhang aan ruimtelijke ontwikkelingen. De tijdhorizon is 2040. Er is geïnvesteerd in de volgende toeristisch-recreatieve opgaven die de aantrekkelijkheid en samenhang in de Kop verhogen:

- **Integrale ontwikkeling van een attractieve Noordzeekust:** uitvoering van een regionaal Noordzeekustprogramma voor het versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod. Binnen dit programma aandacht voor ‘mengzone als strategie’: kustveiligheid, natuurontwikkeling, identiteit kustplaatsen, tegengaan verzilting, economische /agrarische functies en N9 als kustweg. Inclusief profilering en segmentering van het toeristisch/economisch aanbod en afgestemd op de ecologische draagkracht van de Natura 2000 gebieden.
- **Kwaliteitsverbetering verblijfsrecreatie:** uitwerken regionale Visie Verblijfsrecreatie met als resultaat onder andere regionale afstemming op basis van een kwantitatieve en kwalitatieve afweging. Mogelijk (financiële of procesmatige) ondersteuning bij herstructureringsopgave van verblijfsaccommodaties.

Waddenbaai als ecologisch en recreatief gebied: ontwikkeling recreatieve Waddenbelevingsroute tussen Texel, Den Helder, Wieringen/Wierdijk, Den Oever en het Monument Afsluitdijk en stimulering en ontwikkeling van onderscheidend aanbod per gebied (eigen ‘claim’ en passende concepten). Er zijn diverse concrete projecten uitgevoerd. Tegelijkertijd blijven de ambities de komende jaren naar verwachting actueel.

ANALYSE HUIDIGE BELEID KOP VAN NOORD-HOLLAND >>

De volgende zaken over het toeristisch-recreatief beleid van de gemeenten in de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) zijn kenmerkend:

- Op Texel na vindt er nauwelijks monitoring plaats van het functioneren van toeristisch-recreatieve vraag en aanbod, waardoor er geen inzicht is in de actualiteit rond verblijfs- en dagtoerisme.
- Texel heeft een uitgewerkt toeristisch-recreatief beleid dat nadrukkelijk inzet op duurzame groei en toerisme en recreatie in balans. Gewerkt wordt vanuit opgestelde 'Texelse kernwaarden' en staan authenticiteit, duurzaamheid en gastvrijheid voorop. De gemeente wil duurzame mobiliteit stimuleren (onder andere beperken autobewegingen van bezoekers op het eiland, meer ruimte voor e-bike en fiets). Voor verblijfsrecreatie geldt een plafond en is de inzet vooral verhoging van de kwaliteit van concepten.
- Den Helder werkt aan een inhaalslag in toeristisch-recreatieve beleidsvorming. Het beleidskader toerisme geeft verder richting aan de positieve ontwikkelingen op toeristisch vlak in Den Helder en moet er de komende jaren voor zorgen dat met name ondernemers en andere organisaties in de toeristische sector innovatieve en kwalitatieve initiatieven opstarten. Nautisch/maritiem, forten/stelling, vitale vakantieparken, strand, bloemen zijn belangrijke thema's.
- Opvallend is dat Hollands Kroon als echte vakantieparken-gemeente geen specifiek toeristisch-recreatief beleid kent. Er zijn wel thema's en projecten waaraan de gemeente actief werkt zoals waterrecreatie, de Wadden, vitale vakantieparken, recreatieve routes en natuurlijke recreatie.

REGIONALE SAMENWERKING WESTFRIESLAND >>

Er zijn diverse relevante beleidsstukken/samenwerkingen op de schaal van Westfriesland (en deels daarbuiten) die de komende jaren inhoudelijk richting geven aan toerisme en recreatie:

Als onderdeel van het Pact van Westfriesland 7.1 hebben de gemeenten Koggenland, Opmeer, Medemblik, Hoorn, Drechterland, Stede Broec en Enkhuizen als focusthema vrije tijd gekozen. Westfriesland wil vanuit dit pact vrijetijdseconomie beter benutten door de Westfriese identiteit te versterken en het (door)ontwikkelen van het productaanbod te stimuleren. Verder is de inzet om een afgestemd aanbod aan (sport)evenementen en recreatiemogelijkheden te bieden om de kwaliteit van de leefomgeving te versterken.

Een andere regionale samenwerking is de gemeenschappelijke regeling Recreatieschap Westfriesland waarin de gemeenten zich toeleggen op het recreatief aantrekkelijker maken van Westfriesland in de komende 10 tot 15 jaar voor zowel de bewoners als de bezoekers van buiten de regio. Hiertoe is het

Recreatie- en Natuurplan in uitvoering met een concreet programma voor de recreatieterreinen en routenetwerken.

De Kustvisie IJsselmeerkust (concept 2021) geldt als bestuurlijk koersdocument voor Enkhuizen, Medemblik en Hollands Kroon. Hierin staat de balans centraal tussen de waarden van natuur, water en landschap én economie, waaronder toerisme en recreatie. Van de drie benoemde hoofdprincipes hebben er twee direct betrekking op recreatie en toerisme:

- *De kust als verbinding:* inzet is een aantrekkelijke, samenhangende kustzone voor recreanten, toeristen en inwoners, met een combinatie van gebruiksfuncties en ruimtelijke waarden. Dit betekent concreet aandacht voor projecten zoals de kustzone als belevingsas met een doorgaande wandel- en fietsverbinding, goede recreatieve verbindingen (zowel oost-west als noord-zuid) en eigentijdse voorzieningen op land en water en onder voorwaarden beperkte uitbreiding van verblijfconcepten op geschikte plaatsen langs de kust.
- *Beleving van internationale allure:* het IJsselmeer door ontwikkelen tot A-locatie voor de watersport. Denk hierbij aan projecten die inspelen op meer variatie in de omvang van vaarwater, evenementen koppelen aan watersport, culturele attracties en evenementen programmeren in samenhang, cross-overs (upgrading) jachthavens, dag- en verblijfsrecreatievoorzieningen en meer aandacht voor storytelling.

De visie kenmerkt zich door de ruime mate van ontwikkelruimte, weliswaar steeds in afweging met andere belangen, voor waterrecreatie en toeristisch-recreatieve ontwikkelingen op het land.

De gemeenten Koggenland en Hoorn participeren in het Ambitieprogramma Ruimtelijke Kwaliteit Kustzone Hoorn – Amsterdam, 2020. Dit programma grijpt de dijkversterking als momentum aan om tot een bredere gebiedsontwikkeling te komen. Daarvoor zijn ambities en projecten benoemd waar de veertien stakeholders gezamenlijk aan willen werken. In het oog springend zijn de doorlopende fietswandelverbinding over de dijk en het Stadsstrand Hoorn: in plaats van een dijkversterking is hier gekozen voor een recreatie-eiland voor de kust. Dit eiland gaat een belangrijke regionale functie vervullen voor waterrecreanten. Daar wordt onder de noemer 'Dijk van een Kust' gezamenlijk gewerkt aan een belevingsconcept waarin cultuurhistorie, natuur en de ingenieurswerken de drie pijlers vormen. Via lokale projecten (badhuis Koggenland, lapidarium) en informatieprojecten (podcast, audiotour) wordt hier een invulling aan gegeven.

ANALYSE HUIDIGE BELEID WESTFRIESLAND >>

Uit deskanalyses en interviews zijn de volgende zaken over het toeristisch-recreatief beleid van de gemeenten in Westfriesland opvallend:

- Er vindt in Westfriesland nauwelijks monitoring plaats van het functioneren van toeristisch-recreatieve vraag en aanbod, waardoor er geen inzicht is in de actualiteit rond verblijfs- en dagtoerisme.
- Diverse gemeenten kennen geen specifiek toeristisch-recreatief beleid, zoals Koggenland, Opmeer en de drie SED-gemeenten. Toerisme en recreatie zijn ingebed binnen breder beleid en is op hoofdlijnen.
- Voor de gemeenten zonder toeristisch-recreatief beleid geldt overigens wel dat er projecten zijn waaraan wordt gewerkt. Voorbeelden zijn het recreatieschap, routes, verblijfsrecreatie en watersport. De benadering is hier doorgaans praktisch: het is hierbij niet altijd duidelijk wat de inhoudelijke doelen of ambities zijn en wanneer deze worden behaald (of niet).
- Hoorn is bezig met het opstellen van een nieuw toeristisch beleid, gekoppeld aan het positioneringstraject dat in 2022 is gevolgd ten behoeve van de citymarketing van Hoorn waarmee in 2022 is gestart.
- De meeste gemeenten hebben hun toeristisch-recreatieve ambities ondergebracht binnen het economisch domein. Hierbij draagt toerisme en recreatie bij aan het stimuleren van bestedingen, werkgelegenheid en bedrijvigheid, zoals in Medemblik. Dus een accent op toerisme en recreatie als motor voor de instandhouding van aantrekkelijke voorzieningen leefbaarheid en de vitaliteit van de dorpen.
- De Kustvisie IJsselmeerkust wordt door velen erkend als belangrijke inhoudelijke mijlpaal voor toeristisch-recreatieve ontwikkeling van Westfriesland. Beleidsmedewerkers vinden de integrale benadering van de visie en benadering voor crossovers kansrijk.
- Op gemeenteniveau vindt geen monitoring plaats op basis van actuele cijfers. Dit geldt voor de overnachtingen als ook voor de dagtoeristische markt (zoals bezoek aan attractiepunten). Inzicht in het functioneren van de zakelijke markt ontbreekt ook.
- Medemblik heeft een gerichte aanpak voor riviercruises in uitvoering, waarbij de inzet is ondernemerschap en/of vitaliteit in het centrum te stimuleren.
- Een element is dat Enkhuizen ondanks haar hoge dichtheid van monumenten, relatief veel hiervan niet beleefbaar heeft voor bezoekers. De monumenten vormen hiermee vooral een decor.

REGIONALE SAMENWERKING REGIO ALKMAAR >>

De Toeristisch-Recreatieve Visie Regio Alkmaar 2025 heeft als hoofddambitie om de regio Alkmaar uit te zien groeien tot een bestemming voor verblijfstoeristen en dagrecreanten die zich kenmerkt door natuurlijk en inspirerend. De inzet is bouwen aan de Regio Alkmaar als toeristisch-recreatieve bestemming waar men langer verblijft en vaker naar terugkeert. Natuurlijk, vanwege de unieke landschappen (zoals het breedste duingebied, hoogste klimduin, unieke strand en historische polders en droogmakerijen). En omdat het een logische keuze is de regio te bezoeken als herkenbaar gebied. Inspirerend, omdat de regio in 2025

bekend staat om haar inspirerende belevenissen op het gebied van: kunst en cultuur(historie), dorpen en steden, verblijf in de regio, dagattracties en bewust ontspannen. Sinds enige jaren heeft de Regio Alkmaar als samenwerking geen focus meer op toerisme en recreatie. De visie resteert hiermee vooral als wenkend perspectief en heeft geen bestuurlijke status meer.

Voor PWN is het een zwaar bespreekpunt om natuurgebieden (het duinreservaat) uit te laten groeien tot bestemming voor verblijfstoeristen en dagrecreanten. Enerzijds vanwege de druk op de natuurwaarden, anderzijds omdat drukke gebieden door de doelgroep (stijl- en inzichtzoekers) minder worden gewaardeerd.

Recreatieschap Alkmaarder- en Uitgeestermeer (samenwerking van gemeenten Uitgeest, Castricum, Beverwijk en Zaanstad) heeft in Visie RAUM, 2021 als toekomstbeeld het prachtige en zeer diverse open landschap verder te versterken. Het plangebied bestaat uit het Alkmaarder- en Uitgeestermeer en omliggend land en de ten zuiden ervan gelegen nieuwe recreatiegebieden Aagtenpark, De Buitenlanden en De Omzoom. Daarbij zet deze samenwerking sterk in op aantrekkelijke mogelijkheden voor buitenrecreatie, wandelen, fietsen, zwemmen en watersport die in balans zijn met natuurwaarden (weidevogels) en landbouw. In de buurt van de woonkernen komen kleine uitbreidingen voor toerisme en recreatie. In een uitvoeringsplan zijn 9 projecten benoemd en gefinancierd.

ANALYSE HUIDIGE BELEID REGIO ALKMAAR >>

Uit deskanalyses en interviews zijn de volgende zaken over het toeristisch-recreatief beleid van de gemeenten in Alkmaar en Omgeving opvallend:

- Er vindt in Regio Alkmaar nauwelijks monitoring plaats van het functioneren van toeristisch-recreatieve vraag en aanbod, waardoor er geen inzicht is in de actualiteit rond verblijfs- en dagtoerisme.
- Voor de stad Alkmaar geldt de regionale toeristisch-recreatieve visie (zie hierboven) als inhoudelijk leidend. Daarnaast heeft Alkmaar toerisme en recreatie wel opgenomen binnen het economisch domein. In de Omgevingsvisie 2040 is een ambitie vastgelegd om kleinschalige recreatieve initiatieven in het buitengebied te stimuleren. Het beter toegankelijk maken van het landelijk gebied gebeurt onder meer door het toevoegen van nieuwe recreatieve routes. Hiermee is er enige ontwikkelruimte voor de komende jaren in het buitengebied.
- De gemeente Castricum kent relatief uitgebreid en specifiek toeristisch-recreatief beleid. Behalve een eigen toeristisch-recreatieve visie Perspectief Castricum 2030 werkt deze gemeente met een Ontwikkelprogramma met concrete projecten. Jaarlijks wordt in afstemming met het werkveld bezien of er een nieuwe jaarschijf aan wordt toegevoegd. Thema's zijn organisatie, marketing, routes, bewegwijzering, verblijfstoerisme en integratie erfgoed in toerisme. Er zijn aparte agenda's met projecten voor de thema's strand, duinen, landelijk gebied en recreatieschap.

- Bergen en Uitgeest hebben toeristisch-recreatief beleid niet in een zelfstandig beleidsplan gevat, maar wel opgenomen binnen het economisch domein. Ze sluiten bovendien inhoudelijk aan op de genoemde regionale visie waar wordt ingezet op de hoofdambitie natuurlijk en inspirerend. De toeristische speer- en actiepunten van Bergen voor de komende periode zijn marketing, evenementen, cultuurhistorische verhalen, recreatieve routes, watersport, toeristische overstappunten en verblijfsrecreatie. De gemeente zet in op het kwalitatief hoogwaardig houden en verder ontwikkelen van haar grote verscheidenheid op de terreinen van natuur, cultuur, dorps authenticiteit en kleinschaligheid. In de Ontwerp Omgevingsvisie van Bergen is het bewaken van de balans tussen toerisme en leefbaarheid benoemd als een van de speerpunten. Men wil actief inzetten op spreiding en hoogwaardig toerisme. Bergen wil het weglekken van reguliere woningen naar de recreatiesector actief tegengaan. Dit gebeurt met relatief streng beleid voor toeristische verhuur van woningen (meldings- en registratieplicht, nachtenplafond). De kwantitatieve ontwikkelruimte binnen het beleid is hiermee beperkt te noemen.

9.2 ANALYSE MARKETING

Behalve de inzet van de gemeenten en hun onderlinge samenwerkingen zijn taken voor toerisme en recreatie georganiseerd binnen diverse DMO's) en VVV's. Hieronder is de wijze geanalyseerd waarop marketing is georganiseerd op niveau van de subregio, op schaal van Noord-Holland Noord en als onderdeel van internationale marketing.

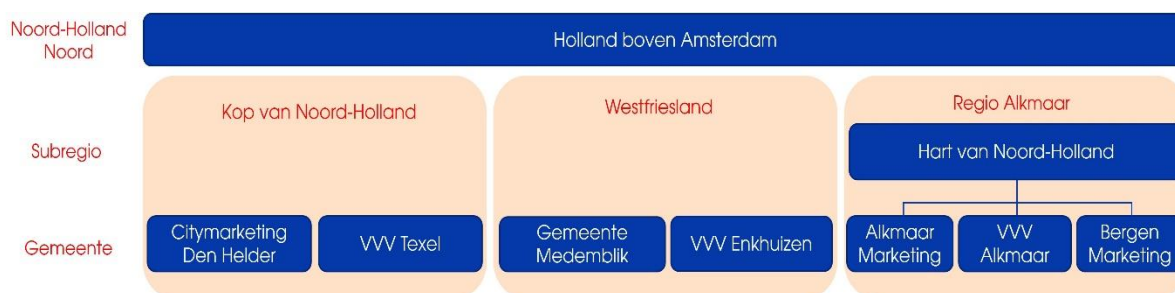
ANALYSE MARKETING SUBREGIO'S >>

In de marketinguitingen van de verschillende marketingorganisaties actief in Noord-Holland Noord valt op dat ze het DNA van de subregio's gebruiken. De typische landschappelijke en cultuurhistorische kenmerken worden naar voren gebracht door de verschillende marketingorganisaties. Daarbij wordt op regionale schaal geen gebruik gemaakt van duidelijke verhaallijnen. Thematisch worden onderdelen van het DNA belicht en vindt een koppeling plaats met het aanbod. Het beeld in de subregio's is verschillend net als de inzet van marketingactiviteiten en de wijze waarop zij dat organiseren:

- De Kop van Noord-Holland heeft geen eigen regionale marketingorganisatie. Wel kent VVV Texel een breed gefinancierde partneraanpak waarin middelen van gemeente, TESO en bedrijfsleven worden gematcht (sterk punt want breed gedragen). De boekingsfee vormt een belangrijke bron van financiering voor de marketing en informatie door de VVV. Naast traditionele marketing- en gastvrijheidstaken is hier relatief veel aandacht voor verduurzaming, in lijn met het ingezette

gemeentebeleid. Daarnaast heeft Den Helder een eigen stadsmarketing, deze wordt uitgevoerd door Stichting Top van Holland.

- Ook in Westfriesland is geen regionale marketingorganisatie. Hoorn, een toeristische gemeente, heeft momenteel geen uitvoerende marketing (meer) op stadsniveau. Medemblik daarentegen voert een eigen marketingstrategie met de focus op actief, natuur en historie. De VVV van Enkhuizen heeft eveneens marketingtaken en richt zich vooral op het bezoeken van de binnenstad via het water, historie en routes.
- Regio Alkmaar (bezoekregioalkmaar.nl), Bergen kunstenaarsdorp aan zee en duindorp Schoorl en Castricum voor liefhebbers (voorliefhebbers.nl) worden apart geëtaleerd. Hier wordt een duidelijke koppeling gelegd met het DNA van het gebied. Daarnaast heeft Alkmaar haar stadsmarketing (alkmaarprachtstad.nl) belegd in de nieuwe stichting Hart van Noord-Holland die daarnaast marketingtaken voert voor de kustgemeenten Bergen, Schoorl en Egmond en Castricum. Verder worden.
- De diverse marketingorganisaties in Noord-Holland Noord werken nauw samen met DMO HbA.



FIGUUR 49 MARKETINGSTRUCTUUR NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Bureau Stedelijke Planning

HOLLAND BOVEN AMSTERDAM ALS KOEPELMERK >>

HbA is de uitvoeringsorganisatie die het gebied Noord-Holland Noord, regionaal en (inter)nationaal moet positioneren als toeristische bestemming. De gemeenten nemen deel aan de regionale marketing van HbA. Diverse merken maken integraal deel uit van het koepelmerk HbA, zoals de merken Beleef Westfriesland en Ontdek Regio Alkmaar. HbA zet steeds meer in op storytelling en overkoepelende historische, natuur- of landschappelijke verhalen. Hierbij kan zij een duidelijke koppeling maken met het DNA van de regio.

De regionale marketing spitst zich toe op contentontwikkeling, online marketing (vanuit platform), campagnes, social media en persbewerking/PR. De inzet voor HbA is om de komende jaren als stichting een transitie te maken van destiniemarketing naar regisseur van bestemmingsontwikkeling.

BEPERKTE AANSLUITING OP INTERNATIONALE MARKETING >>

HbA onderhoudt een reguliere samenwerking met NBTC op basis van lopende zaken en actuele thema's. Tegelijkertijd is er voor de toeristische marketing van partners in Noord-Holland Noord momenteel beperkte aansluiting met internationale verhaallijnen en themajaren van NBTC. De deelname van Noord-Holland aan de verhaallijn Water is recent gestopt. Voor de verhaallijn Bloemen is geen samenwerkingsverband actief. De regio speelt momenteel ook niet in op de verhaallijn Dutch Food en het themajaar Ode aan het Landschap. Deze verhaallijnen hebben grote raakvlakken met het DNA van de regio, maar mede vanwege het wegvallen van provinciale middelen wordt vooralsnog geen focus gelegd op internationale marketing.

9.3 ORGANISATIEKRACHT

Het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is op het schaalniveau van Noord-Holland Noord dé uitvoeringsorganisatie voor verbeteren van samenwerking, innovatie in onder meer toerisme en recreatie. In de interviews zijn verschillende onderwerpen in Noord-Holland Noord die naar voren komen.

INNOVATIE >>

- De ambities in de toerisme- en recreatiesector verschillen per ondernemer. Voor sommige ondernemers is verdienen het voornaamste doel van hun onderneming en is innovatie geen doel. Ook zijn er ondernemers die, zeker in de nasleep van de coronapandemie, aan het overleven zijn en geen tijd of geld hebben voor innovaties. Andere ondernemers willen en kunnen wel innoveren en spelen in op de markt (bijv. veel vegan gerechten bij horecagelegenheden in Callantsoog door de vraag vanuit bezoekers). Merkbaar is dat de ondernemers die innoveren vaak succesvol zijn.
- Gemeenten en provincie werken samen in een Taskforce Vitale Verblijfsrecreatie. De Taskforce richt zich op logiesaccommodatie op kansrijke logiesaccommodaties die nog een extra steun in de rug kunnen gebruiken. Bij vitaliseren wordt ook een positieve maatschappelijke en ruimtelijke spin-off beoogd.
- Het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord stimuleert innovatie en zet tevens in op seizoensverbreding van de toerisme- en recreatiesector in het gebied. Om een jaarrond aantrekkelijke bestemming zijn is intensieve samenwerking nodig tussen ondernemers, inwoners en bezoekers. Een heel gebied moet jaarrond aantrekkelijk zijn om bezoekers vast te houden.

ARBEIDSMARKT EN ONDERWIJS >>

- De vitaliteit van de horecabranche staat onder druk. Door grote personeelstekorten en verslechterde vermogenspositie als gevolg van de coronapandemie ontstaan er problemen voor bedrijven. Er wordt eind 2022 een golf aan faillissementen in de branche verwacht³⁹.
- Naast de huidige personeelstekorten zijn er weinig aanmeldingen voor toerisme en recreatie gerelateerde opleidingen. Dit betekent dat de aanwas van personeel de komende jaren niet groot zal zijn. Zo ziet het Horizon College in 2022 een afname van 32% van de instroom van leerlingen ten opzichte van 2021 bij horeca-opleidingen. Texel Academy geeft aan eenzelfde trend te zien bij hun instroom van leerlingen. Bovendien verwachten beide dat de afname van de instroom volgend jaar nog iets zal toenemen. Koninklijk Horeca Nederland wil een positiever beeld van de horecabranche creëren in de media en werkt aan een campagne om dit te verbeteren. Ook wordt er meer gekeken naar werknemers in andere sectoren die goed een overstap kunnen maken naar de gastvrijheidssector.

REGIONALE SAMENWERKING >>

Interne samenwerking

- Er is niet overal een samenwerkingsverband tussen ondernemers op lokaal en subregionaal niveau om een gebied gezamenlijk op de kaart te zetten. Enkele gebieden hebben wel een ondernemersvereniging of toeristisch platform.
- De samenwerking tussen gemeenten en subregio's in Noord-Holland Noord kan beter. Ondanks dat de meeste gemeenten aangeven elkaar goed te kunnen vinden en samen te willen werken, gebeurt het minder dan gewenst. Mogelijk dat dit samenhangt met de soms beperkte ambtelijke capaciteit en gebrek aan financiële middelen bij gemeenten voor toerisme en recreatie.
- Samenwerking als Noord-Holland Noord als geheel kan beter. Ondanks dat de meeste gemeenten zijn verenigd in HbA is de beleving van de deelnemers dat de samenwerking niet optimaal is. De wens voor meer verbinding tussen gemeenten en subregio's leeft.

Externe samenwerking

- De toeristisch-recreatieve sector in Noord-Holland Noord speelt momenteel slechts op beperkte schaal in op maatschappelijke ontwikkelingen. De energietransitie is bijvoorbeeld een belangrijke ontwikkeling in Noord-Holland Noord, maar toerisme en recreatie speelt hier nog weinig op in. Koploper zijn is of lijkt niet de wens.
- Er is geen breed georganiseerde, structurele samenwerking tussen het toeristisch-recreatief bedrijfsleven en stakeholders van andere

³⁹ Bron: interviews

(maatschappelijke) sectoren. De natuur- en landschapssector is hierop een uitzondering, met als inspirerend voorbeeld Nationaal Park Duinen van Texel.

9.4 CONCLUSIE BELEID, MARKETING EN ORGANISATIE

Beleid

- Lang niet alle gemeenten voeren toeristisch-recreatief beleid
- Beleid is in het algemeen gericht op de economische waarden van toerisme en recreatie. Voornamelijk gericht op traditionele toeristisch-recreatieve thema's als marketing, informatievoorziening, TOP's, recreatieve routes en verblijfsrecreatie. Texel vormt hierop een uitzondering, want hier zet de gemeente met haar partners structureel in op een balansgerichte benadering van toerisme en recreatie.
- Bij enkele gemeenten is nadrukkelijk ook de Planet kant opgenomen in beleid, dit is met name aan de orde als de natuurwaarden (dreigen te) worden overschreden, incidenteel worden waren op het gebied van cultuurhistorie genoemd.
- Leefbaarheid wordt door de meeste gemeenten benaderd vanuit het oogpunt dat toerisme en recreatie niet ten koste mag gaan van leefbaarheid, er wordt niet op zoek gegaan naar creëren van extra waarden van toerisme en recreatie voor de eigen bewoners.
- Het DNA van het gebied komt terug in beleid: koppeling met water, cultuurhistorie, duinen, polders en bloemen.
- Er is behoefte aan een brede monitoring van handzame indicatoren op gemeenteniveau, zowel economisch als ecologisch en sociaal-maatschappelijk.

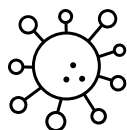
Marketing

- Het DNA van de regio en de deelgebieden is in de marketing opgenomen, daarbij wordt op regionale schaal geen gebruik gemaakt van duidelijke verhaallijnen. Zo vormen elementen uit het DNA van Noord-Holland Noord wel degelijk decor van het gebied, maar wordt het DNA niet gebruikt om de essentie van het gebied uit te leggen. Het verhaal van de regio en de beleving ervan kan sterker.
- In het algemeen zien gemeenten een toegevoegde waarde van de destiniemarketing van HbA, maar niet iedere gemeente voelt zich even sterk gepresenteerd in het overkoepelende merk.
- HbA gaat meer inzetten op storytelling, het werken vanuit het DNA van het gebied kan daarbij een goed vertrekpunt zijn.
- Niet alle subregio's hebben een eigen DMO, ook voor enkele toeristische gemeenten is geen DMO actief. Voor hen is aansluiting en samenwerking met HbA van belang. De samenwerking tussen de DMO's in de subregio's en HbA is nauw.

- VVV Texel heeft een breed gefinancierde partneraanpak waarin middelen van gemeente, TESO en bedrijfsleven worden gematcht (sterk punt want breed gedragen).

Organisatie

- De publieke samenwerking binnen de sector is goed georganiseerd, de slagvaardigheid en effectiviteit van de samenwerking is onduidelijk. Er kan meer worden samengewerkt vanuit de publieke partijen met ondernemers.
- De samenwerking is met name vanuit de sector toerisme en recreatie georganiseerd, ontwikkelkansen en crossovers met andere partijen krijgt in de samenwerking onvoldoende aandacht.
- De sector stelt zich over het algemeen passief op tegenover ontwikkelingen en bredere gebiedsopgaven in Noord-Holland Noord. Een actievere aanpak kan problemen verkleinen, nieuw perspectief bieden en extra kansen geven.
- Er wordt samengewerkt aan innovatie van logiesaccommodaties in de regio, dit biedt een goede kans om accent te leggen op de waarden van toerisme en recreatie en de koppeling met het DNA.



10 GEBIEDSOPGAVEN

In voorgaande hoofdstukken is een analyse gemaakt van de sector toerisme en recreatie zelf. In dit hoofdstuk verleggen we de blik. Hier maken we een analyse van de gebiedsopgaven vanbuiten de toerisme- en recreatiesector en koppelen deze aan de sector. Mogelijk dat deze opgaven interessante kansen bieden voor de toerisme- en recreatiesector. Op die wijze kan een invulling worden gegeven aan waardevol toerisme en bestemmingsontwikkeling. Dit hoofdstuk is gebaseerd op provinciale beleidsstukken en interviews in de sector en drie regiomanagers van de provincie Noord-Holland.

RELEVANTE OPGAVEN PROVINCIE NOORD-HOLLAND >>

De provincie Noord-Holland benoemt in het Coalitieakkoord 2019-2023 de belangrijkste opgaven voor de provincie. In de tabel 10 zijn deze opgenomen en daarbij zijn, ter inspiratie en ideevorming, voorbeelden gegeven hoe de sector toerisme en recreatie daar een bijdrage aan kan leveren of kan meekoppelen op deze opgaven.

GEBIEDSOPGAVE	BIJDRAGE EN KOPPELKANSEN VANUIT TOERISME EN RECREATIE
Kust- en waterbeheer	Koppelkansen: recreatie als functie meenemen bij kustversterkingsopgave (voorbeeld Schoorl en Hondsbosche Zeewering), waterbeheer door de eeuwen heen is onderdeel van DNA
Voorzien in voldoende en betaalbare woningen	Bijdragen: transitie van kansarme logiesaccommodaties tot woongebied
Versterking vitaal landelijk gebied	Bijdragen: bestemmingsmanagement toerisme en recreatie Koppelkansen: vitaal landelijk gebied is de pijler voor toerisme en recreatie
Gezonde leefomgeving (milieu, bewegen, ontmoeten)	Bijdragen: lokaal wandel- en fietsnetwerk als basis voor gezamenlijke dagelijks ommetje, organiseren van groepsactiviteiten voor eigen inwoners (senioren), actieve vormen van (water)recreatie
Levendige binnensteden	Vershraling van het winkelaanbod, waarbij toerisme en recreatie voor extra doelgroepen en omzetspotentieel kan zorgen
Verhogen biodiversiteit en waterkwaliteit	Bijdragen: natuurbedrijfsplannen op kampeer- en bungalowterreinen, milieuservicepunt bij jachthavens

	Koppelkansen: PAGW Wieringerhoek benutten voor nieuwe vormen van waterrecreatie en extra natuurbeleving
Klimaatadaptatie	Bijdragen: recreatiegebieden met water en groen als koelteplekken voor de stad
Energietransitie	Bijdragen: Duurzaamheidskeurmerk bedrijven Innovatie toeristisch-recreatief aanbod Koppelkansen: participeren in uitvoeringsprogramma's
Duurzame verstedelijking	Bijdragen: toepassen van Ladder Duurzame verstedelijking bij nieuwe ontwikkelingen Koppelkansen: duurzame steden zijn pijler voor toerisme en recreatie
Duurzame bereikbaarheid, focus op fietsmobiliteit	Bijdragen: regulering verkeersmobiliteit richting de kust, transferia, leisure-ontwikkeling bij OV-hubs Koppelkansen: ontwikkeling fijnmazig fietsnetwerk met doelgroepen utilitair en recreatief fietsen
Verduurzaming landbouw	Bijdragen: landbouw als onderdeel van DNA opnemen in het verhaal van de regio: beleven, proeven, ontdekken en kopen van (nieuwe) landbouwproducten (bloemen, Seed Valley, kassen), natuurinclusieve landbouw Koppelkansen: instandhouding en beheer van een divers en toegankelijk landschap
Stimuleren circulaire economie	Bijdragen: toepassen circulair bouwen, juist ook als unique selling point en extra beleving Koppelkansen: participeren in stimuleringsprogramma's
Behoud en versterking cultuur en erfgoed	Bijdragen: herbestemming van cultureel erfgoed Koppelkansen: cultureel erfgoed onderdeel van DNA en pijler voor het toeristisch-recreatief product
Koesteren ruimtelijke kwaliteiten en tegengaan ongewenste ruimtelijke ontwikkelingen	Bijdragen: Landschappelijke inpassing verblijfsaccommodatie, controle en toezicht op accommodaties
Sport en duurzame sportaccommodaties	Bijdragen: zwembaden op vakantieparken openstellen voor lokale bevolking, inzetten op waterrecreatie (passend bij DNA) Koppelkansen: nieuwe sportclusters kansrijke voor nieuwe niche doelgroepen (bijvoorbeeld regattacentrum)

TABEL 10 GEBIEDSOPGAVEN EN KOPPELKANSSEN TOERISME EN RECREATIE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Voor de regio Noord-Holland Noord zijn, in aanvulling op en ter concretisering van voorgaande overzicht, de belangrijkste gebiedsopgaven gelegen op het thema natuur (met name gekoppeld aan het duinengebied), woningbouw (concentratie bij de steden) en de binnenduinrand Bergen – Den Helder. Daarnaast speelt langs de hele kust de waterveiligheidsopgave en is het stikstofproblematiek ook hier manifest.

Natuur

Belangrijkste opgaven op het gebied van natuur is het natuurnetwerk ontwikkelen, met name in en bij de duingebieden ligt hier nog een grote opgave (met uitzondering van Texel). Door de overgang van duin naar polder minder abrupt te maken, krijgen natuur en recreatie meer ruimte. Daarnaast zijn het verbinden van natuurgebieden en specifieke inrichtings- en beheermaatregelen voor Natura 2000-gebieden aandachtspunt. Ook voor recreatie is dat belangrijk. Hierbij wordt gedacht aan zoneren en spreiden van bezoekers, onder meer door routenetwerken en communicatie. En uiteraard is het tegengaan van stikstofuitstoot een belangrijke opgave⁴⁰.

Woningbouw

Voor Noord-Holland Noord ligt er de ambitie om 60.000 nieuwe woningen te bouwen. Een groot deel hiervan wordt gerealiseerd in de regio Alkmaar en bij de OV-knooppunt Hoorn. Betaalbaarheid en ook gericht op jonge inwoners in dorpskernen is belangrijk. Ook aandacht voor huisvesting tijdelijke buitenlandse arbeidsmigranten, vluchtelingen en vergunninghouders.

Strategische heroriëntatie op binnenduinrand Bergen – Den Helder

De zone ten oosten van de duinen tussen Bergen en Den Helder maakt onderdeel uit van het bijzonder provinciaal landschap. Hier zijn ook veel gebieden onderdeel van het Natuurnetwerk Nederland. Met de stakeholders in de regio vindt een strategische heroriëntatie op de toekomst plaats. Een van de verwachtingen is dat de tulpenbedrijven die hier zijn gelegen, willen wegtrekken. Hier gaat ruimte vrij komen die opnieuw ingericht moet worden en een nieuwe functie moet krijgen.

Regiospecifieke gebiedsopgaves

Op basis van gesprekken met de regiomanagers en gemeenten kan het volgende overzicht van regiospecifieke gebiedsopgaves worden opgesteld:

- Kop van Noord-Holland (incl. Texel):
 - Verbeteren bereikbaarheid van Texel
 - Verbetering woon- en werkklimaat Den Helder
 - Maritiem cluster Den Helder
 - Energietransitie (onder andere innovatie met waterstof)
 - Kustontwikkeling IJsselmeer, met onder andere PAGW Wieringerhoek
 - Duurzaamheid en klimaatadaptatie
 - Doorontwikkeling van de agri- en foodsector
 - Waddenbaai (natuur, water, klimaatadaptatie)
 - Gebiedsontwikkeling Binnenduinrand
- Westfriesland:
 - Energietransitie en congestie op het stroomnet
 - Ruimte vraag en schaalvergroting agrarische sector, onder meer glastuinbouw
 - Duurzaamheid en klimaatadaptatie
 - Kustontwikkeling IJsselmeer

⁴⁰ Bron: Noord-Holland.nl

- Gebiedsontwikkeling Poort van Hoorn (OV-knooppunt en woningbouw)
- Alkmaar en omgeving:
 - Verbeteren infrastructuur, waaronder ringweg Alkmaar
 - Vernieuwing stationsgebied Heerhugowaard (bij museum Broekerveiling)
 - Snelfietsroute Heerhugowaard – Beverwijk
 - Recreatieve verbinding van Alkmaar en Heerhugowaard naar de kust, inzetten op fietsen en OV
 - Gebiedsontwikkeling Binnenduinrand
 - Alkmaar imago HBO kenniscluster (studenten, personeel, bedrijven)

In de interviews wordt aangegeven dat voor toerisme en recreatie kansen worden gezien om aan te haken op de gebiedsopgaves, maar dat dat momenteel nog op beperkte schaal wordt gedaan. Belangrijk is vanuit een heldere eigen ambitie aan te schuiven bij andere gebiedsopgaves.

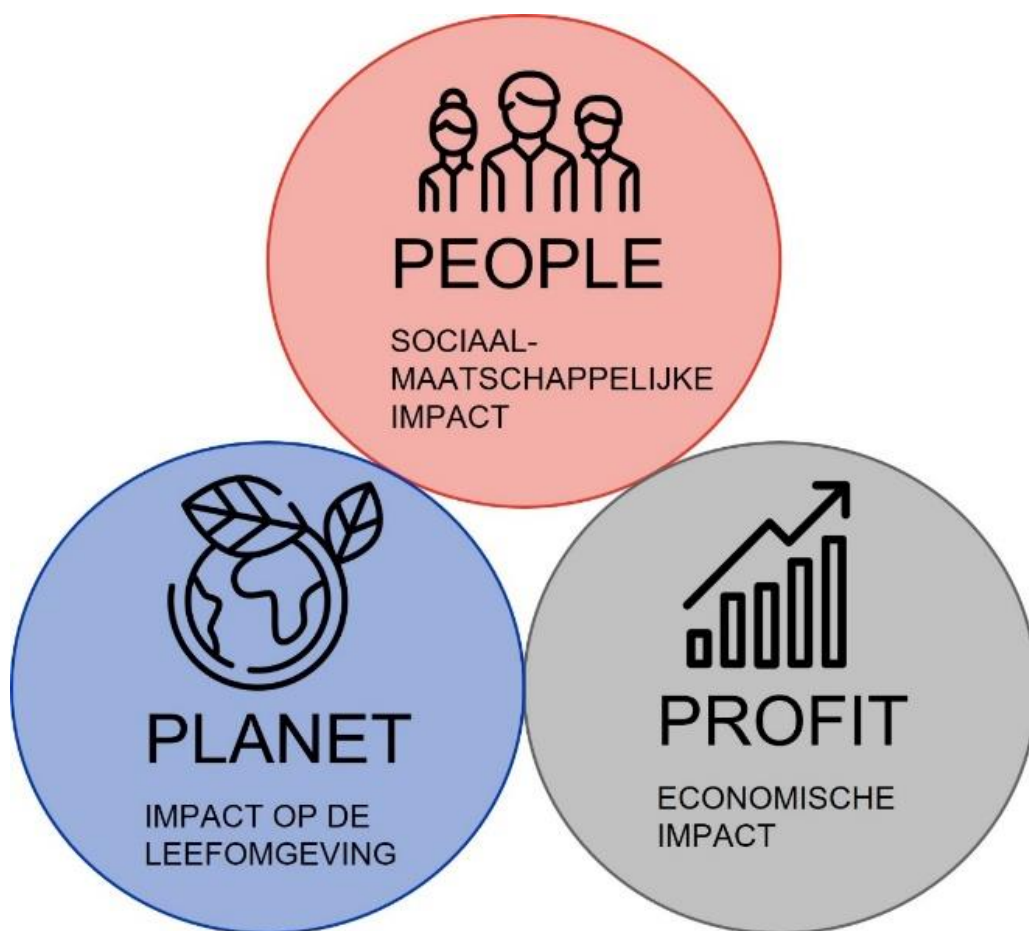
CONCLUSIE >>

- Belangrijke gebiedsopgave voor de regio Noord-Holland Noord zijn natuurontwikkeling, waterveiligheid bij de kust, woningbouwontwikkeling, heroriëntatie op de duinrand Bergen – Den Helder en de stikstofproblematiek.
- Daarnaast spelen op diverse terreinen (provinciale) opgaves op het gebied van onder meer mobiliteit, klimaatadaptatie, duurzaamheid, gezonde leefomgeving en versterken ruimtelijke kwaliteit, waaronder cultuurhistorie en landschap.
- Deze opgaven bieden kansen voor de ontwikkeling van toerisme en recreatie. En andersom, toerisme en recreatie kunnen bijdragen aan deze bredere gebiedsopgaves. Belangrijk is vanuit een heldere eigen ambitie aan te schuiven bij andere gebiedsopgaves.
- Inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen, mede door cross-overs met andere sectoren, gebeurt in de toerisme- en recreatiesector nog op beperkte schaal. De sector kan meer inspelen op maatschappelijke ontwikkelingen en hier een actievare rol in innemen. Koppelkansen met andere sectoren zijn: beleefbaar waterbeheer en natuur, instandhouding cultureel erfgoed, agri- en foodtoerisme, vakantieparken ombouwen tot woonlocaties, duurzaam en circulair bouwen van, gezondheid en bewegen en maatschappelijke verbinding.



11 DE WAARDE VAN TOERISME EN RECREATIE

In dit hoofdstuk zijn de waarden van toerisme en recreatie in en voor Noord-Holland Noord becijferd en geduid vanuit de drie verschillende aspecten: People, Planet en Profit.



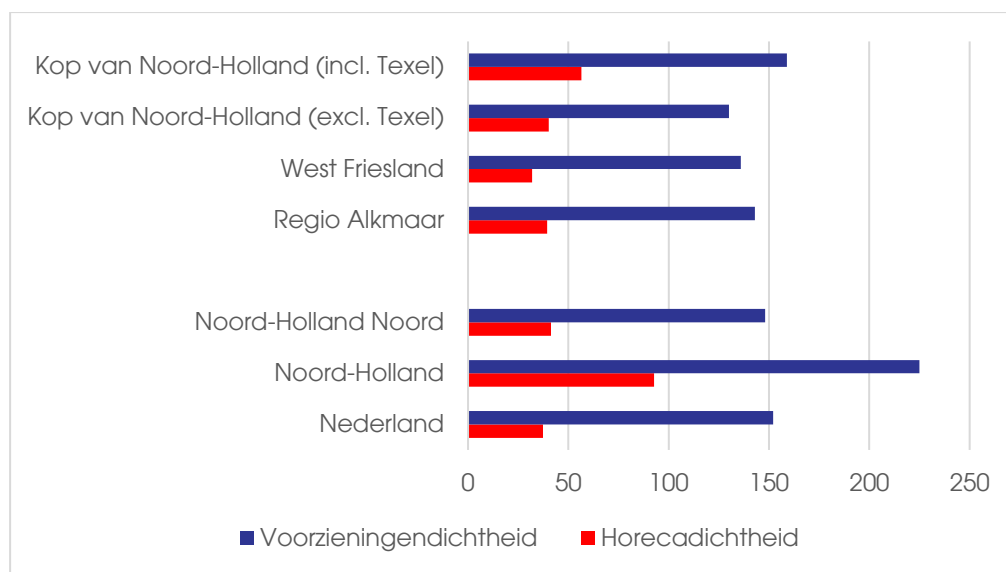
FIGUUR 50 PEOPLE, PLANET EN PROFIT: DE WAARDEN VAN TOERISME EN RECREATIE
Bron: Bureau Stedelijke Planning

11.1 PEOPLE: VRIJETIJDSVOORZIENINGEN VOOR BEZOEKERS EN BEWONERS

Toeristen en recreanten hebben impact op de bewoners, zowel in positieve zin (zoals verhoogde voorzieningendichtheid en levendigheid in de publieke ruimte) als in negatieve zin (overlast bij te grote drukte).

MEER BEZOEKERS LEIDT TOT MEER VRIJETIJDVOORZIENINGEN >>

Toeristisch-recreatieve voorzieningen trekken bezoekers naar Noord-Holland Noord. Uit de volgende analyse blijkt dat bewoners daarvan in beperkte mate meeprofiteren, in een verhoogd voorzieningenniveau. Het aantal voorzieningen per 10.000 inwoners, ook wel de voorzieningendichtheid, is bepaald aan de hand van SBI-codes in navolging van het NBTC (zie bijlage 6).



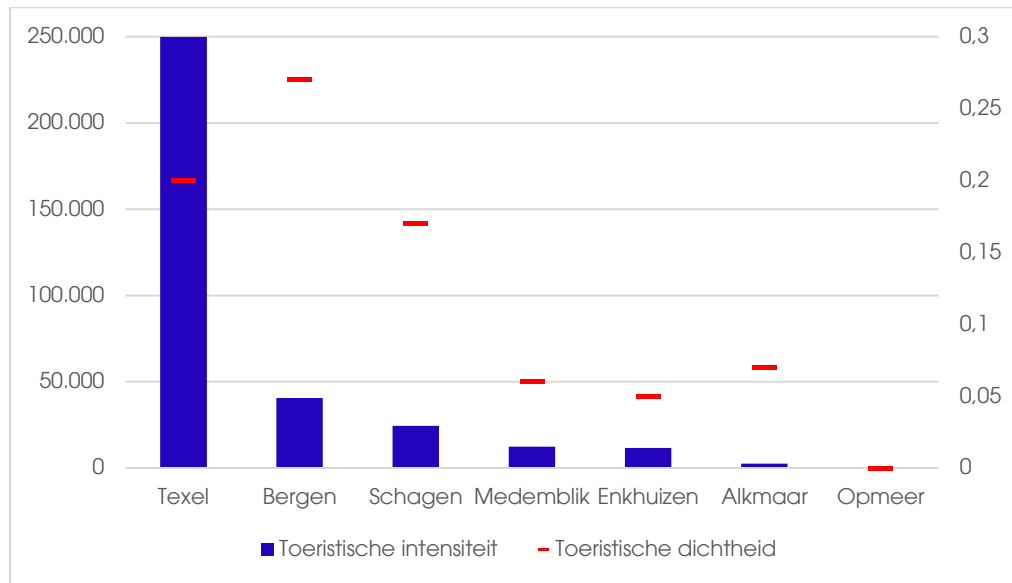
FIGUUR 51 VOORZIENINGENDICHTHEID EN HORECADICHTHEID (PER 10.000 INWONERS)

Bron: Vastgoeddata en NBTC Arbeidsmarktmonitor. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De voorzieningendichtheid is het hoogst in Kop van Noord-Holland (incl. Texel), met een voorzieningendichtheid van ruim 150 voorzieningen per 10.000 inwoners. De Kop van Noord-Holland (incl. Texel) wordt gevolgd door Regio Alkmaar (143) en de voorzieningendichtheid is het laagst in Westfriesland (136) en de Kop van Noord-Holland (excl. Texel) (130). Ter referentie: in Nederland ligt deze op de 150. Voor de horecadichtheid geldt hetzelfde. De verschillen tussen gemeenten kunnen groot zijn. In de gemeenten zonder regionale stedelijke kern of sterker toeristische trekkers is de voorzieningendichtheid laag, zoals Stede Broec met een voorzieningendichtheid van 207. In sterk toeristische gemeenten als Texel en Bergen is het voorzieningenniveau twee tot meer dan drie keer zo groot: Texel (672) en Bergen (395). Ook Alkmaar Schagen, Enkhuizen en Medemblik hebben een relatief groot voorzieningenniveau.

GROTE VERSCHILLEN IN TOERISTISCHE INTENSITEIT EN DICHTHEID >>

In Noord-Holland Noord is er een piek in toerisme en recreatie gedurende het zomerseizoen, maar er zijn grote verschillen in drukte tussen gebieden. Over het hele jaar gezien geven de toeristische intensiteit (aantal overnachting per 1.000 inwoners) en dichtheid (aantal overnachtingen per hectare oppervlak) een indicatie van de druk op een bestemming.



FIGUUR 52 TOERISTISCHE INTENSITEIT EN DICHTHEID ENKELE GEMEENTEN

Bron: Uitvraag per gemeente, alleen gemeenten met beschikbare overnachtingsdata getoond

* Aantal overnachtingen per 1.000 inwoners

** Aantal overnachting per hectare oppervlak

Texel springt er in Noord-Holland Noord uit als de plaats (en regio Kop van Noord-Holland) in het aantal overnachtingen en het aantal overnachtingen per 1.000 inwoners (de blauwe kolom: 250.000 overnachtingen per 1.000 inwoners, of 685 overnachtingen per dag op 1.000 inwoners). Alle andere gemeente behalen slechts een fractie hiervan, een zesde of minder. Ondanks de relatief hoge intensiteit op Texel ten opzichte van de andere gemeenten in Noord-Holland Noord ontstaan in de gemeente problemen met name door het hoge aantal verkeersbewegingen en foutgeparkeerde voertuigen op het eiland. Daarnaast is toeristische dichtheid in Bergen het hoogst van de gemeenten. De gemeente heeft een groot aantal overnachtingen op een relatief klein oppervlak. Er ontstaat hierdoor druk op de woningmarkt door verhuur van vakantiehuizen en toeristische verhuur⁴¹. Verder valt de hoge toeristische intensiteit van gemeente Schagen op.

11.2 PLANET: IMPACT OP DE LEEFOMGEVING RELATIEF GERING

De fysieke omgeving van Noord-Holland Noord wordt eveneens beïnvloed door toerisme en recreatie. De impact op de leefomgeving hangt onder meer af van het aantal bezoekers, het type bezoeker en de draagkracht van het gebied.

SPREIDING VAN TOERISTEN EN RECREANTEN >>

In Noord-Holland Noord zijn de gebieden langs de kust (Noordzeekust, IJsselmeerkust en Waddenkust) en de regionale stedelijke kernen de voornaamste

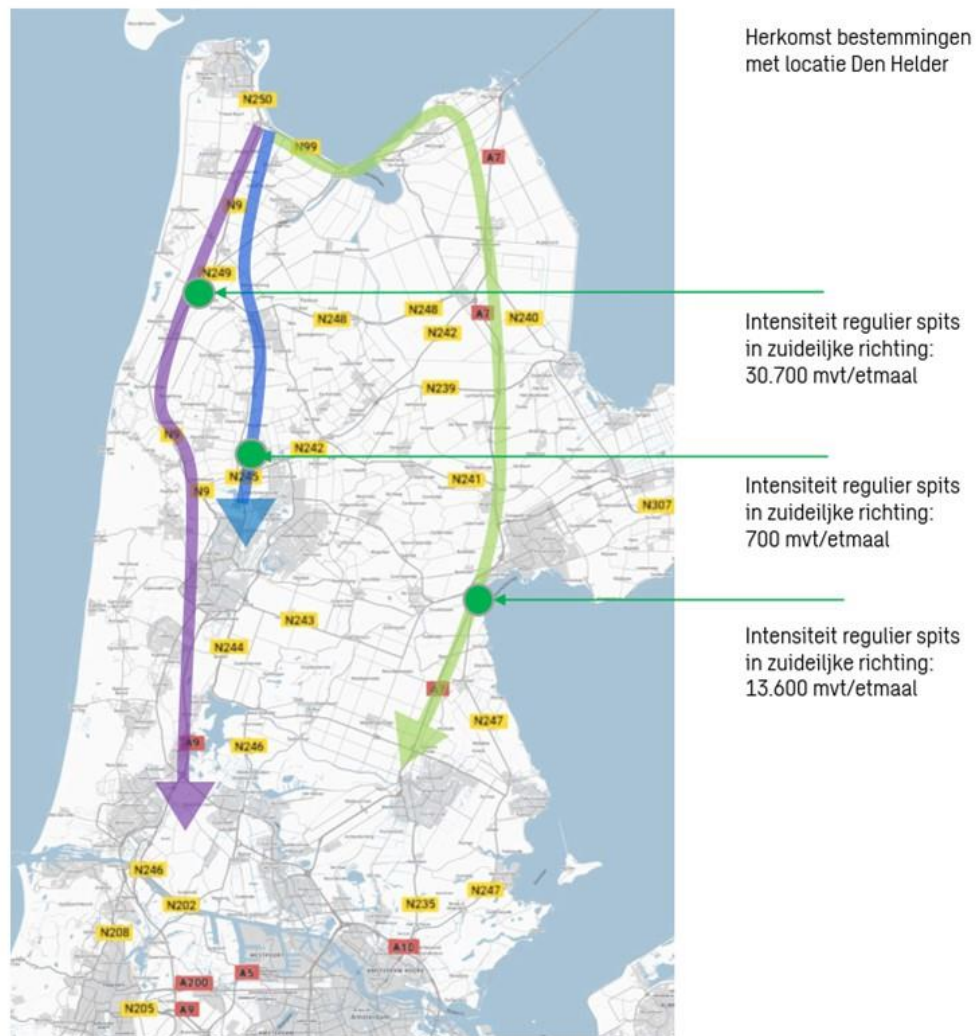
⁴¹ Bron: interview

trekkers. Andere gebieden worden minder druk bezocht. Een aanzienlijk deel van de bezoekers en bewoners in Noord-Holland zoekt in vrije tijd naar rust, stilte en recreatie in de natuur, waar deze rustiger plekken gunstig voor zijn. Ook qua periode verschillen de bezoeken aan Noord-Holland Noord. Gedurende de zomermaanden is Noord-Holland Noord het drukst bezocht. Water staat centraal voor een groot deel van de recreatie in het gebied en dit kan optimaal benut worden in deze maanden door de gunstige weeromstandigheden. Echter is er een ontwikkeling gaande waarbij steeds meer campings veranderen in vakantieparken⁴². Hierdoor is Noord-Holland Noord in toenemende mate jaarrond aantrekkelijk voor bezoekers.

VERKEERSSTROMEN VAN NOORD NAAR ZUID >>

Noord-Holland Noord kent door zijn typische geografische kenmerken voor het verkeer een sterke oriëntatie op de noord-zuidverbindingen en minder op de oost-west-verbindingen. Het wegennetwerk biedt meerdere mogelijkheden om van het noordelijke deel naar het zuidelijke deel van het gebied te reizen. De N9 is de route het dichtst langs de kust richting Regio Alkmaar of verder zuidelijk het land in. Deze weg heeft de hoogste verkeersintensiteit gedurende spitsuren. De route richting Westfriesland en het Noordoosten van het land over de A7 heeft een beduidend mindere verkeersintensiteit. De route langs Schagen richting de stad Alkmaar is het minst druk tijdens de spits.

⁴² Interviews



FIGUUR 53 VOORNAAMSTE VERKEERSSTROMEN NOORD-HOLLAND NOORD
Bron: Bureau Stedelijke Planning (Sweco)

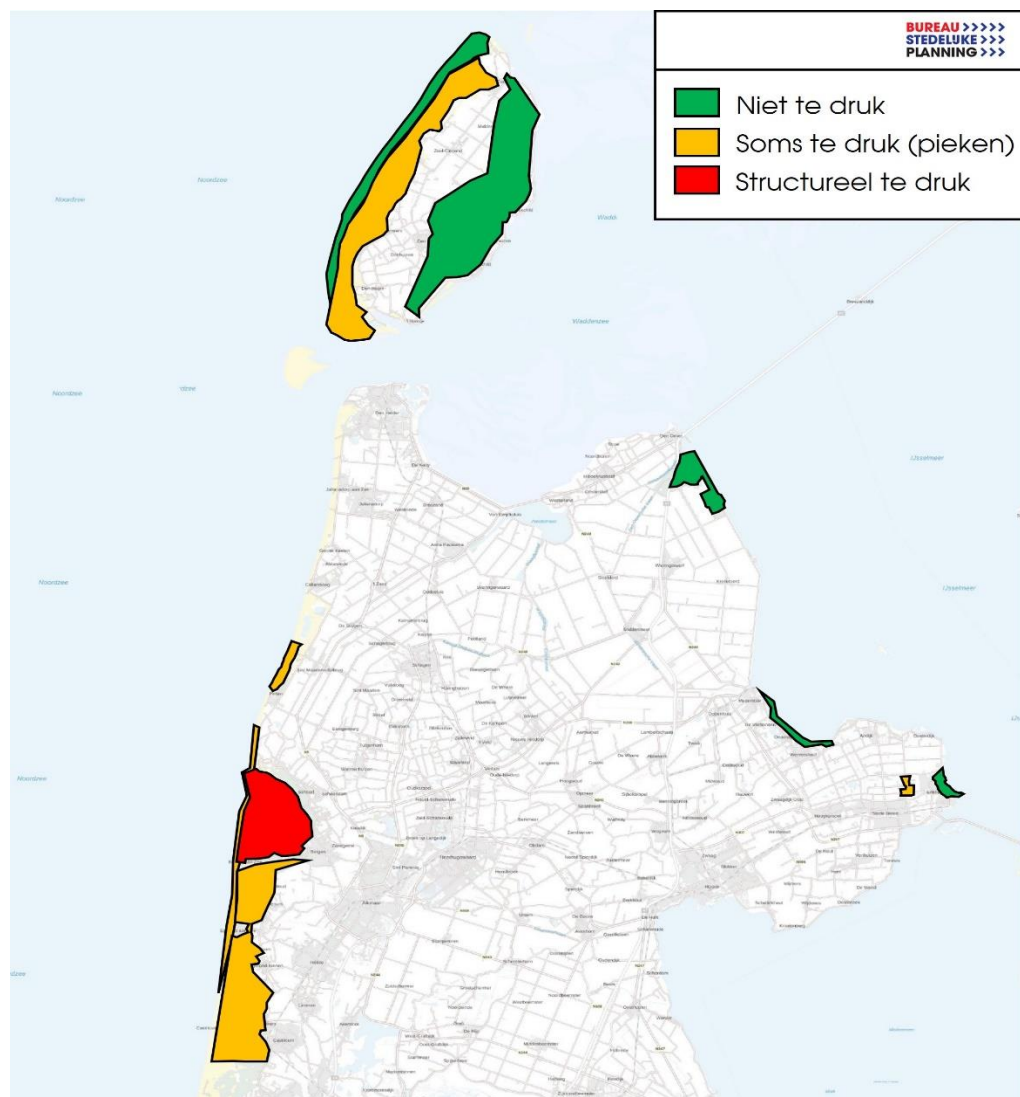
Er zijn in het verkeer piekmomenten in Noord-Holland Noord⁴³. De ringweg van de stad Alkmaar vormt dagelijks tijdens de spits een probleem door drukte. Op mooie zomerdagen loopt het verkeer, overwegend door recreanten en toeristen, op de wegen richting de Noordzeekust vast. Daarnaast is geregeld gedurende het zomerseizoen een piekdrukke vanwege toeristen richting de boot naar Texel.

NATUUR- EN RECREATIEGEBIEDEN ZIJN IN TREK >>

Noord-Holland Noord heeft enkele natuur- en recreatiegebieden met een regionale of landelijke aantrekkingskracht⁴⁴.

⁴³ Bron: interviews

⁴⁴ Bron: Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland, Deel A, 2022. Bureau Buiten en Bureau Ruimte & Vrije Tijd



FIGUUR 54 NATUUR- EN RECREATIEGEBIEDEN MET REGIONALE OF LANDELIJKE AANTREKKING

Bron: Rapport Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland (2022). Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Afhankelijk van de oppervlakte van de gebieden en hoeveel bezoekers er gelijktijdig zijn kan de drukte bepaald worden. Met name in Regio Alkmaar is het druk in de natuur- en recreatiegebieden langs de kust. (Langdurige) hoge druk in natuurgebieden kan negatieve gevolgen hebben, zoals verstoring van natuur, overlast en afval. Voor het Noordhollands Duinreservaat ziet PWN echt wel degelijk dat buitenrecreatie effecten heeft op de natuur. Met name de ligging ten opzichte van de stad Alkmaar is hierin bepalend. Vooral door het fietsen wordt nu de ecologische draagkracht overschreden. Een verdere groei tast de natuur en belevingskwaliteit aan. In Westfriesland en de Kop van Noord-Holland en Texel lijkt volgens het figuur het aantal bezoekers meer in balans met de oppervlakte van dergelijke gebieden.

Toerisme en recreatie in natuurgebieden hebben ook positieve effecten op de leefomgeving. Zo kunnen toeristische voorzieningen leegstand tegengaan en

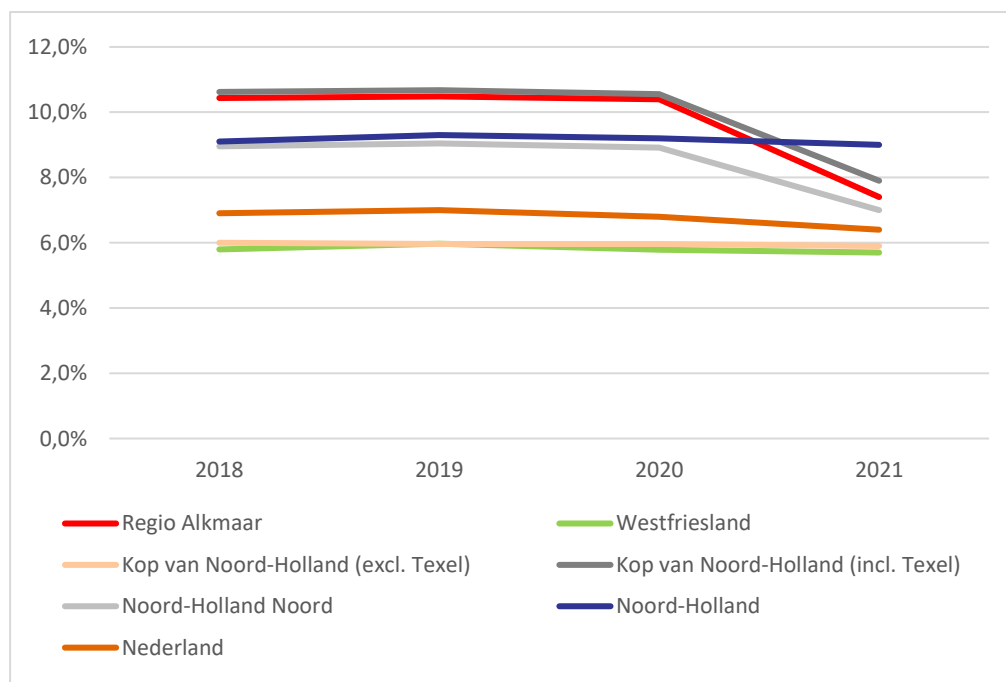
bijdragen aan het beheer van erfgoed⁴⁵. Bovendien kan recreëren in natuur het draagvlak en de waardering voor natuur onder bezoekers vergroten. Dit kan onder andere leiden tot donaties of vrijwilligerswerk voor natuurbehoud.

11.3 PROFIT: WAARDE IN BANEN EN BESTEDINGEN

Toerisme en recreatie zijn van economische waarde voor Noord-Holland Noord. Dit uit zich voornamelijk in werkgelegenheid en recreatieve bestedingen. De voornaamste economische impact vindt plaats aan de Noordzeekust, Texel en regionale kernen als Alkmaar en Hoorn.

STIJGENDE WERKGELEGENHEID TOT CORONACRISIS >>

De toeristische-recreatieve sector in Noord-Holland Noord is goed voor ruim 20.000 banen in 2022. Dit is 7,0% van totaal aantal banen in de regio. Het aandeel banen in toerisme en recreatie is het hoogste in de Kop van Noord-Holland (incl. Texel) en Regio Alkmaar. Het aandeel banen is in 2021 sterk afgenomen (deels) als gevolg van de coronapandemie.



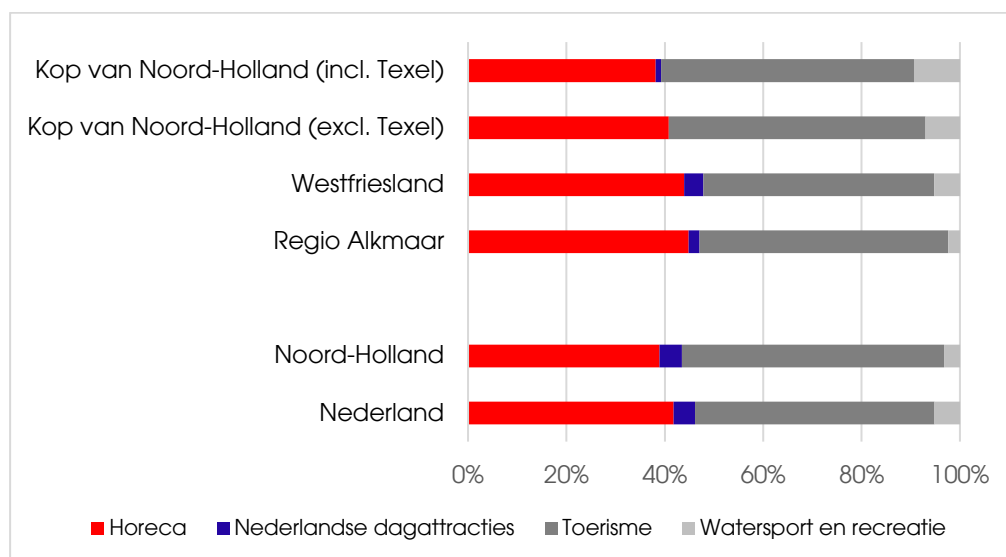
FIGUUR 55 ONTWIKKELING AANDEEL BANEN IN DE TOERISME- EN RECREATIESECTOR

Bron: LISA, 2022. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De toerisme- en recreatiesector is op te delen in deelsectoren a) Horeca, b) Nederlandse dagattracties, c) Toerisme en d) Watersport en recreatie. De helft van de banen in de sector Noord-Holland Noord is afkomstig uit Toerisme, zoals

⁴⁵ Bron: RLI Advies 'Waardevol toerisme' (2019)

verblijfsaccommodaties, vervoer en reisbemiddeling. De deelsector Horeca is goed voor bijna 43% van de banen binnen de sector. Slecht een klein aandeel van de banen – 7% – is afkomstig uit Nederlandse dagattracties en Watersport en recreatie. Over het algemeen zijn deze banen in de toerisme- en recreatiesector geschikt voor laag- en middelgeschoolden. Dit maakt dat de banen relatief gemakkelijk bereikbaar zijn.



FIGUUR 56 VERDELING BANEN PER DEELSECTOR

Bron: Arbeidsmarktmonitor NBTC 2022. Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Toch zorgt de werkgelegenheid in de toeristische-recreatieve sector ook voor uitdagingen. Al langere tijd is er een zoektocht naar passend geschoold personeel voor de sector. Daarbovenop komt de algehele krapte op de arbeidsmarkt in Nederland. Het vinden van personeel is in de meeste sectoren in toenemende mate een probleem. Als de werkgelegenheid binnen de toeristische-recreatieve sector stijgt wordt dit personeelstekort een groter probleem.

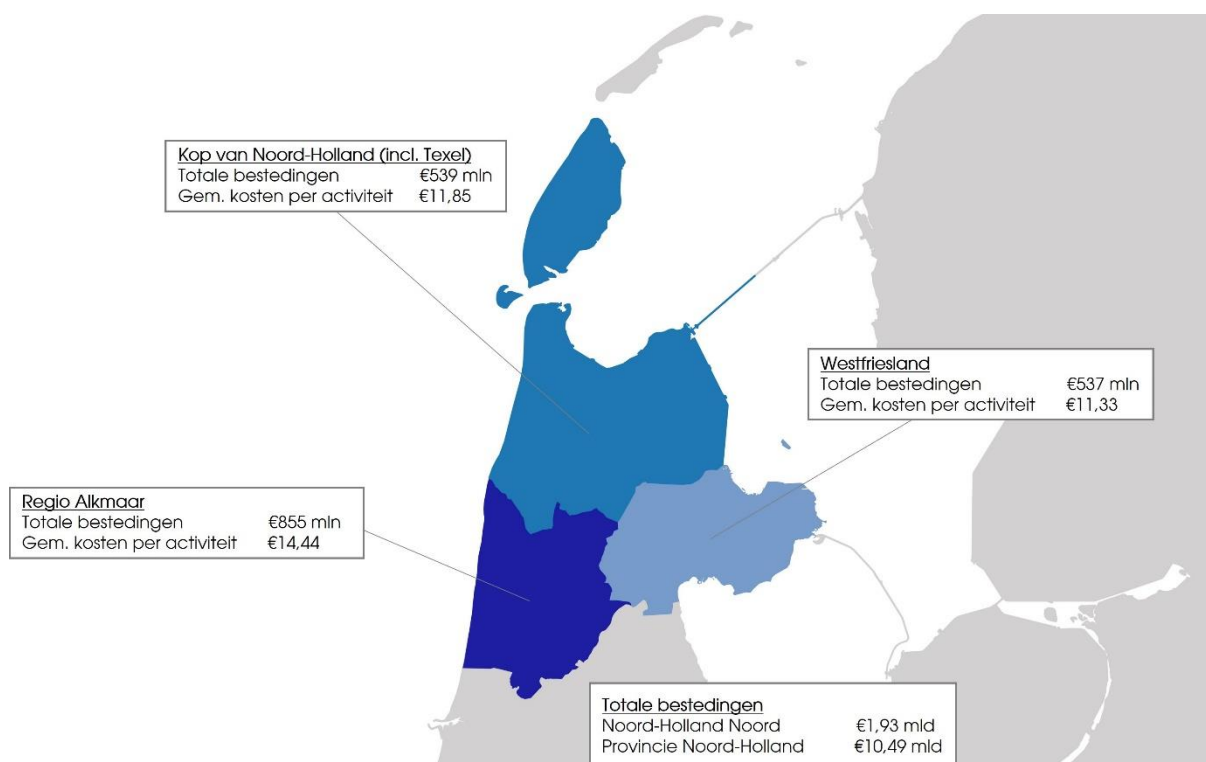
BESTEDINGEN >>

Recreatieve bestedingen

- Recreatieve activiteiten ondernomen door Nederlanders in Noord-Holland Noord leverde in 2018 (meest recente cijfers⁴⁶) ca. €1,9 miljard op. Het meeste werd besteed in Regio Alkmaar.
- Daarnaast leverden bestedingen aan recreatieve artikelen in winkels Noord-Holland Noord in 2021 ca. € 680 miljoen op⁴⁷. Hiervan was 1,6% afkomstig van binnenlands toerisme en 0,8% van buitenlands toerisme.

⁴⁶ Bron: CVTO 2018, NBTC-NIPO Research

⁴⁷ Bron: Koopstromenonderzoek (2021)



FIGUUR 57 RECREATIEVE BESTEDINGEN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: CVTO 2018. Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Toevloeiing van bestedingen

De toevloeiing van omzet aan winkelgebieden in de verschillende gemeenten geeft aan hoeveel omzet gegenereerd is door bezoekers van buiten de eigen gemeente. Texel, Opmeer en Alkmaar hebben als bestemmingen de hoogste toevloeiing. Den Helder heeft veruit de laagste toevloeiing.

GEMEENTE	TOTALE OMZET (X MLN)	OMZET VANUIT EIGEN GEMEENTE	TOEVLOEIING
Texel	€ 81	56,9%	43,1%
Opmeer	€ 61	58,8%	41,2%
Alkmaar	€ 742	61,9%	38,1%
Stede Broec	€ 122	64,1%	35,9%
Hoorn	€ 458	69,3%	30,7%
Dijk en Waard	€ 441	71,4%	28,6%
Schagen	€ 235	73,5%	26,5%
Medemblik	€ 182	77,0%	23,0%
Drechterland	€ 51	79,2%	20,8%
Bergen	€ 117	80,9%	19,1%
Hollands Kroon	€ 191	81,9%	18,1%
Enkhuizen	€ 82	82,6%	17,4%

Heiloo	€ 117	78,6%	21,4%
Koggenland	€ 70	83,1%	16,9%
Castricum	€ 153	86,0%	14,0%
Uitgeest	€ 45	87,1%	12,9%
Den Helder	€ 257	90,2%	9,8%

TABEL 11 TOEVLOEIING IN GEMEENTEN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

Toeristenbelasting

Met ingang van 2022 heffen ook Dijk en Waard en Koggenland toeristenbelasting. Dit betekent dat alle gemeenten in Noord-Holland Noord toeristenbelasting heffen en dus ook direct inkomsten toucheren. Door de belasting te koppelen aan een nachtregister kan tevens een basis worden gelegd voor monitoring van het aantal overnachtingen. De vastgestelde belasting is het hoogste in Hoorn (€2,55), Hollands Kroon (€2,50) en Alkmaar (€2,45). De laagste belasting in Dijk en Waard (€1,00), Opmeer (€1,00) en Koggenland (€1,00). De belasting is niet specifiek geoormerkt met daaraan te koppelen uitgaven. Met de inkomsten kunnen gemeenten bestedingen doen die ook voor bewoners relevant zijn, daarmee zijn ze van waarde voor bewoners (People) en omgeving (Planet).

BEDRIJVGHEID >>

De aanwezigheid van toeristisch-recreatieve bedrijvigheid is van positieve invloed op andere bedrijven in de regio. Zo draagt de sector bij aan het succes van toeleverende bedrijven⁴⁸. Bovendien draagt toeristisch-recreatieve bedrijvigheid door middel van een goed voorzieningenniveau bij aan een sterk vestigingsklimaat voor bedrijven. In de toerisme- en recreatiesector zijn naast grotere ketens ook veel kleinere bedrijven actief.

11.4 WAARDEN IN EVENWICHT

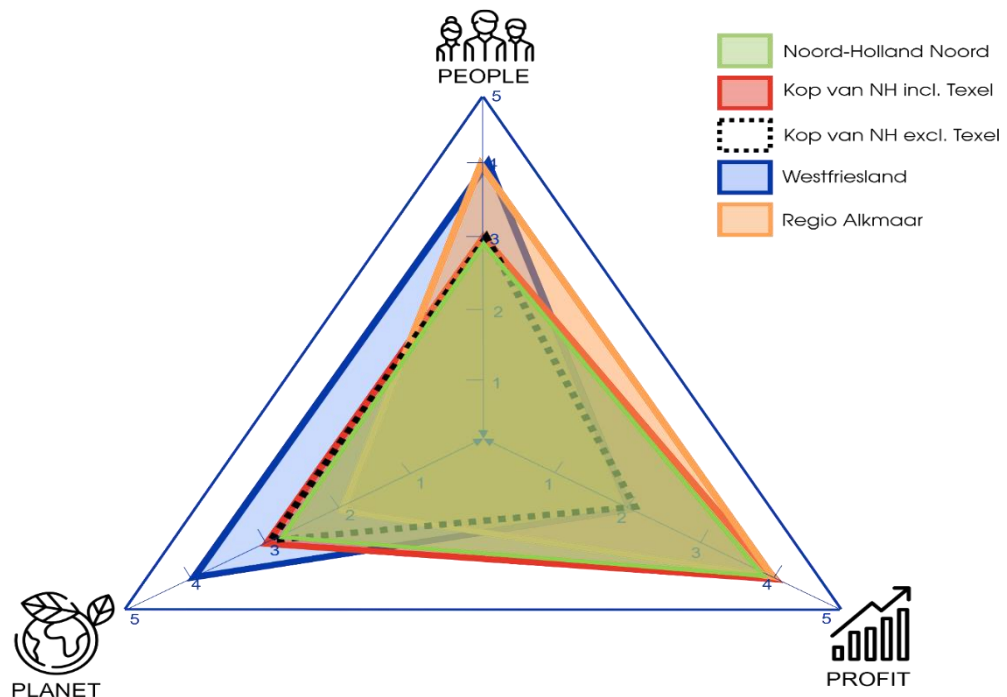
Op basis van beschikbaarheid en betrouwbaarheid is een selectie gemaakt van indicatoren om een globale score te geven aan People, Planet en Profit voor Noord-Holland Noord en de subregio's. Dit is geen exacte wetenschap maar een indicatie van hoe de regio's ten opzichte van elkaar verschillen.

We hanteren een vijfpuntschaal waarbij de gemiddelde score (3) refereert aan een inschatting van het Nederlands gemiddelde. Een lage score geeft aan dat op dat onderdeel de opgetelde waarde per saldo laag uitvalt. Hoe verder een score van het middelpunt afligt, hoe hoger de beoordeling van dat aspect. De interpretatie van de assen is daarbij als volgt:

⁴⁸ Bron: Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie, CELTH (2021)

- **People:** de mate waarin eigen inwoners baten hebben uit toerisme en recreatie. Dit voordeel uit zich in hoger voorzieningenniveau (extra sterk indien een match tussen leefstijl bewoner en bezoeker) gecorrigeerd voor mogelijke overlast vanwege drukte in de woonomgeving.
- **Planet:** de mate van drukte en overlast in natuurgebieden (congestie) en de koppeling die het toeristisch-recreatief aanbod legt met het DNA en de bijdragen aan (instandhouding van) cultuurhistorische waarden en landschap. De score bij People en Profit is alleen positief, maar bij Planet geeft een score van 3 (referentie van Nederlands gemiddelde) aan dat er vaak nog sprake van overlast voor natuurgebieden en zijn er dus nog steeds opgaven voor de gebieden.
- **Profit:** combinatie van aandeel toeristische werkgelegenheid ten opzichte van totale werkgelegenheid (LISA), bestedingen per recreatieactiviteit (CVTO), toeristenbelasting en toevloeiing van omzet winkelgebieden van buiten de regio (KSO).

Een bestemming waarbij People, Planet en Profit in evenwicht zijn, heeft in ieder geval op elk van de assen minimaal de score '4' en bij voorkeur zijn de scores even ver van het middelpunt (zo ontstaat een driehoek van gelijke zijden).



FIGUUR 4 WAARDEN PEOPLE, PLANET EN PROFIT VOOR NOORD-HOLLAND NOORD EN SUBREGIO'S, NEDERLANDS GEM. SCORE = 3

Bron: Bureau Stedelijke Planning (part of Sweco)

Noord-Holland Noord

People (3): hogere score vanwege hogere voorzieningenniveau, match tussen leefstijlprofielen, maar er is in beperkte mate (lokaal) sprake van drukte.

Planet (3): in bepaalde natuurgebieden is op lokaal niveau de draagkracht van natuur overschreden.

Profit (4): aandeel werkgelegenheid ligt boven het Nederlands gemiddelde.

Kop van Noord-Holland (incl. Texel)

People (3): hoge score vanwege hogere voorzieningenniveau, match tussen leefstijlprofielen, lokaal sprake van drukte.

Planet (3): op lokaal niveau wordt draagkracht van natuur overschreden.

Profit (4): aandeel werkgelegenheid ligt boven het Nederlands gemiddelde.

Kop van Noord-Holland (excl. Texel)

People (3): het voorziening niveau is vergelijkbaar aan Nederlands gemiddelde, er is een match tussen leefstijlprofielen en er is in beperkte mate sprake van drukte.

Planet (3): op lokaal niveau wordt de draagkracht van natuur overschreden.

Profit (2): aandeel werkgelegenheid ligt onder het Nederlands gemiddelde.

Regio Alkmaar

People (4): hoge score vanwege hogere voorzieningenniveau, match tussen leefstijlprofielen en relatief in geringe mate sprake is van drukte.

Planet (2): in de duingebieden nabij Alkmaar wordt draagkracht van natuurgebieden overschreden.

Profit (4): aandeel werkgelegenheid ligt boven het Nederlands gemiddelde.

Westfriesland

People (4): hoge score vanwege hogere voorzieningenniveau, in zekere mate match tussen leefstijlprofielen en geen signalen van drukte, integendeel, er is een positief sentiment.

Planet (4): nauwelijks sprake van overschrijding van draagkracht natuurgebieden.

Profit (2): aandeel werkgelegenheid ligt onder het Nederlands gemiddelde.

11.5 SENTIMENT TEN OPZICHTE VAN TOERISME EN RECREATIE

In de analyses en interviews is meer specifiek ingezoomd op de plaats voor brede welvaart van toerisme en recreatie in de huidige samenwerkingen. Het past binnen de gewenste transitie van de toeristisch-recreatieve sector om behalve toerisme als economisch domein breder te bezien en de maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie (zoals ecologische en sociaal-maatschappelijke waarde) te verhogen.

SENTIMENT KOP VAN NOORD-HOLLAND >>

- Op Texel is de laatste jaren regelmatig discussie over de opvangcapaciteit van het eiland en balans tussen bezoek en bewoning. In enkele jaren tijd is het sentiment over toerisme en recreatie negatiever geworden.

Tegelijkertijd blijft het besef van de positieve bijdrage van toerisme en recreatie aan het voorzieningenniveau en de aantrekkelijkheid van het eiland onverminderd groot.

- Uit de interviews blijken voor Texel twee soorten effecten op de fysieke leefomgeving: periodieke druk van autoverkeer (mobiliteit) en periodieke overdruk op woonruimte door ruime capaciteit van vakantiehuizen en toeristische verhuur in woningen (vastgoed). Het valt op dat in de praktijk het onderscheid tussen hoofdseizoen en laagseizoen op Texel steeds minder duidelijk wordt.
- In Den Helder zorgt de filevorming van autoverkeer van en naar de veerboot naar Texel structureel voor piekbelasting op gezette momenten, voornamelijk op vrijdagmiddagen en in de weekends.
- Behalve Texel hebben de Kopgemeenten geen actieve sturing op balansvraagstukken rondom toerisme en recreatie.

SENTIMENT WESTFRIESLAND >>

- Door de bank genomen bestaat er in Westfriesland een positieve grondhouding over de waarde van toerisme en recreatie. De gangbare opinie is dat vrijetijdseconomie en bezoek een positieve bijdrage leveren aan het voorzieningenniveau, de banen en de bestedingen. Toerisme en recreatie dragen hiermee in Westfriesland voornamelijk bij aan economische doelen. Het lijkt erop dat dit geldt voor zowel bewoners als de lokale politiek. Uit de interviews blijkt geen negatief sentiment.
- De eventuele negatieve effecten van toerisme en recreatie op de fysieke leefomgeving lijken beperkt. In de interviews zijn specifieke situaties van overlast van bezoekers op piekmomenten genoemd, maar er is nergens sprake van structurele overdruk van bezoek geconstateerd. De gemeenten die overlast benoemen, scharen deze vooral onder de negatieve effecten van autoverkeer: een piekbelasting van auto's voor parkeren in de historische kernen en filevorming in en bij de binnensteden. Enkhuizen kent een piekbelasting bij sommige evenementen in de binnenstad, waardoor er soms last wordt ervaren van zwerfafval en een rommelige openbare ruimte. Koggenland, Opmeer, Stede Broec en Drechtlanden kennen volgens de beleidsmedewerkers geen noemenswaardige negatieve effecten van bezoek op de omgeving.

SENTIMENT REGIO ALKMAAR >>

- In de stad Alkmaar overheerst het besef dat door corona de economie een flinke knauw heeft gekregen doordat een deel van de toeristische bezoekers (bustours en riviercruises) is weggefallen. De Kaasmarkt en de winkels in de binnenstad hebben relatief zwaar geleden onder het wegblijven van toeristen de afgelopen 2 jaar. Men zet in op herstel van deze bezoeksstromen. Op basis van de interviews is het sentiment te schetsen als

positief, omdat men zich realiseert dat toerisme en recreatie een wezenlijk bijdrage leveren aan de stadseconomie en de aantrekkelijkheid van de voorzieningen, bijvoorbeeld in de binnenstad.

- In de kustgemeenten Bergen en Castricum lijkt in de publieke opinie een dubbel sentiment te bestaan over toerisme en recreatie. In de raden is de laatste jaren herhaaldelijk gediscussieerd over de druk van toerisme en negatieve effecten op de leefbaarheid. Beide gemeenten kennen een lange historie als toeristische kustgemeente. Tegelijkertijd is er ook een besef dat de bezoekers bijdragen aan het in stand houden van voorzieningen en de werkgelegenheid. Bergen en Castricum hebben als enige gemeenten actief het bewaken van de balans tussen toerisme en recreatie en leefbaarheid opgenomen in het beleid.
- Effecten van toerisme en recreatie op de fysieke leefomgeving spitsen zich in Regio Alkmaar toe op mobiliteit. Op piekmomenten en hoofdzakelijk in het toeristisch seizoen (april-september) bestaat er een hoge druk op de parkeergelegenheid en filevorming in de binnenstad van Alkmaar en in de kernen aan de kust. Andere mogelijke negatieve effecten op de omgeving zijn in de interviews niet naar voren gekomen.

11.6 UITEENLOPENDE WAARDEN TOERISME EN RECREATIE

- De waarden die toerisme en recreatie Noord-Holland Noord brengt is sociaal-maatschappelijk, economische en voor de leefomgeving.
- De sociaal-maatschappelijke impact van toerisme en recreatie uit zich in een hogere voorzieningendichtheid (inclusief horeca). Dit vergroot de leefbaarheid van deze gebieden. Bovendien zorgen toeristen en recreanten voor levendigheid en reuring, al kan dit omslaan in overlast als de toeristische intensiteit of dichtheid te hoog wordt.
- De sociaal-maatschappelijke impact is het grootste in de Kop van Noord-Holland. Al zorgt dit voor het hoogste voorzieningendichtheid, Texel en Schagen hebben een hoge toeristische intensiteit en dichtheid. Op Westfriesland heeft toerisme en recreatie de minste impact.
- Toeristische en recreatieve bezoeken in het gebied zorgen voor een economisch impuls en de sector is goed voor ca. 20.000 banen in de regio. Echter concentreert deze economisch impact zich op de Noordzeekust, Texel en regionale stedelijke kernen terwijl de effecten in andere gebieden beperkt blijven.
- Een positieve impact van toerisme en recreatie op de leefomgeving uit zich in groter draagvlak voor natuurbehoud en de economische en fysieke bijdragen van bezoekers hierin. Wel zijn natuurgebieden kwetsbare gebieden waarbij overschrijding van de draagkracht direct negatieve gevolgen heeft voor de natuur.

VOORBEELDEN WAARDEVOL TOERISME EN RECREATIE >>

VOORZIENING/ ACTIVITEIT	LOCATIE	PEOPLE	PLANET	PROFIT	AANSLUITING DNA
Expositie VOC- en slavernijverleden	Westfries museum , Westfriesland	Ruimte voor een maatschappelijke discussie	Waardering voor cultuurhistorische elementen	Werkgelegenheid en recreatieve bestedingen	Gouden Eeuw
Georganiseerde wandeltochten tegen eenzaamheid (gericht op inwoners)	Noord-Holland Noord	Gezondheid d.m.v. bewegen en tegengaan van eenzaamheid	-	-	Landschap en cultuurhistorie vormen het decor
Lokaal gidsen voor stadswandelingen en fietstochten	Gilde Alkmaar , Regio Alkmaar	Trots en betrokkenheid van bewoners bij hun stad	Waardering voor cultuurhistorische elementen	Recreatieve bestedingen	Alkmaar Kaasstad en Victorie
Opvang voor zeehonden en vogels i.c.m. een museum	Ecomare , Kop van Noord-Holland	Programma's voor scholen en educatie	Natuurvoorlichting en -educatie en onderhoud natuur	Werkgelegenheid en recreatieve bestedingen	Onderdeel van Nationaal Park Texel en koppeling met UNESCO Waddenzee
Café, museum en evenementen in middeleeuws kasteel	Kasteel Radboud , Westfriesland	-	Onderhoud van cultureel erfgoed	Werkgelegenheid en recreatieve bestedingen	Kasteel is lokale culturele drager
Beach Cleanups	Noordzeekust Noord-Holland Noord	Ontmoeten, sociale binding	Verbetering van de natuurlijke leefomgeving	-	Kust

TABEL 12 VOORBEELDEN WAARDEVOL TOERISME EN RECREATIE IN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 1 AFKORTINGEN- EN BEGRIPPENLIJST

Bestemmingsmanagement (bron: CELTH, NBTC)	Inspanningen gericht op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein voor een stad of regio. De positieve impact bestaat uit sociale, ecologisch en economische waarde. Ze dragen bij aan de kwaliteit van leven voor inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen en een toekomstbestendige sector voor zowel ondernemers als werknemers. Aan deze inspanningen ligt een zoveel mogelijke integrale aanpak ten grondslag. Daarom vraagt bestemmingsmanagement nadrukkelijk om afstemming met andere domeinen.
Bestemmingsontwikkeling (bron: CELTH, NBTC)	Het kwalitatief verbeteren van het bestaande aanbod van een stad of regio, het realiseren van nieuw en aanvullend aanbod en het toegankelijk en bereikbaar maken van dat aanbod, op basis van de gedeelde ambitie die zijn geformuleerd binnen het bestemmingsmanagement. Bestemmingsontwikkeling is dus onderdeel van bestemmingsmanagement.
Bezoekersmanagement (bron: CELTH, NBTC)	De maatregelen die een organisatie (veelal gemeente) of samenwerkingsverband (veelal meerdere gemeenten) inzet voor het gericht sturen van bezoekersstromen en het beïnvloeden van gedrag van bezoekers, op basis van de ambities die zijn geformuleerd binnen het bestemmingsmanagement. Bezoekersmanagement is dus onderdeel van bestemmingsmanagement.
Bewuste bestemming (bron: CELTH)	Een Bewuste Bestemming is doordacht. Er is een verhaal, visie, strategie, data en kennis én vaardigheden om hiermee om te gaan. Een Bewuste Bestemming is proactief. Er is leiderschap, initiatief en innovatie, die bijdragen aan een hoge mate van organiserend vermogen. Er wordt bewust omgegaan met (mogelijk tegenstrijdige) belangen en er is afstemming tussen betrokkenen. Een Bewuste Bestemming is ook adaptief. Men is wereldwijd, dus sensitief voor verandering van dichtbij en veraf; men is innovatief en kan, onderbouwd door data en

	expertise, bewust anticiperen op of omgaan met ontwikkelingen zoals de mondiale netwerksamenleving, de globaliserende economie, technologische ontwikkelingen en natuurlijke processen. Men weet dat daartoe de juiste condities nodig zijn, zodat bestemmingen veerkrachtig kunnen zijn.
CVTO (bron: website Landelijke Data Alliantie)	Onderzoek naar de vrijetijdsbesteding in Nederland dat tot 2018 elke 3 jaar werd uitgevoerd door NBTC-NIPO Research. Het onderzoek geeft inzicht in de participatiegraad, frequentie en in de totale omvang van de vrijetijdsmarkt.
DNA	Typerende en onderscheidende kwaliteiten van een gebied
HbA	Afkorting voor <i>Holland boven Amsterdam</i> ; de destinatie management organisatie voor Noord-Holland Noord.
KSO	Afkorting voor <i>Koopstromenonderzoek 2021</i> ; een onderzoek dat nieuwe data en inzichten op levert over het profiel, koopgedrag en oordeel consumenten en over het functioneren van centrumgebieden en perifere aankoopplaatsen. Uitgevoerd door I&O Research, Bureau Stedelijke Planning en BRO.
LISA	Online database die statistieken over de recreatie- en toerismesector inzichtelijk maakt.
People	Sociaal-maatschappelijke factoren die meewegen in duurzame ontwikkeling
Planet	Factoren uit de leefomgeving die meewegen in duurzame ontwikkeling
Profit	Economisch factoren die meewegen in duurzame ontwikkeling
Recreatie (bron: Ontwikkelperspectief recreatie en toerisme MRA, 2022)	De activiteiten die door eigen inwoners buitenshuis en in hun normale omgeving in de vrijetijd worden ondernomen. Het betreffen activiteiten met een vrijetijdsmotief, dus wandelen, fietsen, cultuurbezoek, horeca bezoek, etc.
Toerisme (bron: Ontwikkelperspectief recreatie en toerisme MRA, 2022)	De activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, om redenen van vrijetijdsbesteding en zaken. De normale omgeving van een persoon is de nabijheid van zijn of haar huis en plaats van werk of studie en andere plaatsen die regelmatig worden

	bezocht. Binnen toerisme kan onderscheid worden gemaakt in meerdaags bezoek met overnachting (verblijfstoerisme) en een dagbezoek buiten de normale omgeving (dagtoerisme). In beide gevallen spreken we over 'bezoekers'.
--	--

BIJLAGE 2 INTERVIEWLIJST

RONDE 1	
ORGANISATIE	NAAM
Gemeente Alkmaar	Deirdre Pronk Nina Groot
Gemeente Dijk en Waard	Saskia Engelhart
Gemeente Hoorn	Jos van Putten Jasper Bulteel
Gemeente Koggenland	Rosanne Groot
Gemeente Medemblik	Anke Jellema
Gemeente Opmeer	Chanelfa Dijks
Gemeente Den Helder	Esther Cremer
Gemeente Hollands Kroon	Gemma Rotgans
Gemeente Schagen	Marjolein Schutz
Gemeente Texel	Linda Demmers
SED-gemeenten (Gemeenten Stede Broec, Enkhuizen, Drechterland)	Wendy Pranger
Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord	Géke McNab
Werkorganisatie BUCH (gemeenten Bergen, Uitgeest, Castricum, Heiloo)	Rosalie de Jonge
Holland boven Amsterdam	Marlies Groot
Alkmaar Marketing	Ger Welbers Melanie Goudsblom
TESO Texel	Cees de Waal
Stichting Marketing Enkhuizen	Peter Timmermans
VVV Texel	Frank Spooren
Westfries Museum	Ad Geerdink

RONDE 2	
ORGANISATIE	NAAM
Provincie Noord-Holland (regiomanager)	Caroline Smook
Provincie Noord-Holland (regiomanager)	Ragna Walraven – Kroes

Provincie Noord-Holland (regiomanager)	Anne Weike Noorman
Ode aan het Landschap Noord-Holland	Ellen Klaus
Koninklijk Horeca Nederland	Miriam Geerlings
Recron-Hiswa	Gerdina Krijger – Van Dijk
Recreatie Noord-Holland	Sophie Zwetsloot
Staatbosbeheer	Erik Tuunter

BIJLAGE 3 LEEFSTIJLANALYSE

Een bruikbaar instrument om de kwalitatieve aspecten van vraag en aanbod op de vrijetijdsmarkt te analyseren is de Leefstijlvinder, ontwikkeld door SAMR. In samenwerking met acht provincies heeft SAMR Marktvinders zeven leefstijlen bepaald. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Voor de totstandkoming van de zeven leisure leefstijlen is gekeken naar een tweetal assen:

1. Psychologische as geeft de omgeving met emoties weer. Ben je meer ingetogen of uitgelaten?
2. Sociologische as geeft aan hoe een persoon zich opstelt ten opzichte van zijn/haar omgeving. Leef je meer vanuit jezelf of ent je meer op de groep?

Het landelijk beeld laat de volgende uitkomsten zien. Het gros van de Nederlanders is een Plezierzoeker of Rustzoeker (beide 18%), gevolgd door de Stijlzoeker (16%). Verblijfsaccommodaties kunnen om extra succesvol te zijn de concepten van hun aanbod specifiek richten op één van deze leefstijlen.

AVONTUURZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Avontuurlijke en creatieve recreanten. Ze zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ruimdenkendheid is de karaktertrek van de Avontuurzoeker.	Ze zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten. Vaak ongepland en last-minute. • Airbnb & couchsurfing • Basic camping of hostels • Kleinschalige (boetiek) formules	• Iets vaker vrouwen (57%), en relatief vaak 50+ers (57%) en alleenstaanden (31%). • Ze verdienen vaak tot modaal (60%), hoewel ze relatief hoog opgeleid zijn (46%).
PLEZIERZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	De Plezierzoeker gaat graag op pad met familie en vrienden. Bijvoorbeeld op een zon- en strandvakantie, op een feestvakantie of op een avontuurlijke vakantie. Een dag niet gelachen is een dag niet geleefd.	Het belangrijkste is dat het gezellig is. Dat kan op een camping, maar ook met een leuke aanbieding voor een luxe hotel. • Airbnb, hostels, budget hotel • Bekende hotelketens • Boetiek formules	• 54% is vrouw en 46% is man. Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (56%), minder vaak 50+ers (18%). Ook veel gezinnen met kinderen (42%). • Middelbaar opgeleid (49%), qua inkomen gelijk aan landelijk gemiddelde.

HARMONIEZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Vrije tijd is tijd die Harmoniezoekers graag met hun gezin, familie of vrienden doorbrengen. En ze zijn pas echt blij, als iedereen in het gezelschap tevreden is. Recreanten in deze groep zijn hartelijke mensen, met veel interesse in anderen	Het belangrijkste is dat er voor iedereen wat te doen is zoals activiteiten voor kinderen. - Familiecampings of vakantieparken met veel voorzieningen - Hotels met familiekamers	- Veel vrouwen (74%), in de leeftijd 35-49 jaar (35%), in huishoudens met kinderen tot 12 jaar (28%), of tweepers. huishoudens van 50-64 jaar (27%). - Vaak middelbaar opgeleid (57%) en verdienen vaak (iets meer dan) modaal (43%).
VERBINDINGSZOEKER			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	In hun vrije tijd zetten zij zich graag in voor anderen zoals met vrijwilligerswerk. In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, een bezoek aan museum of theater.	Rondtrekken vinden ze leuk. Zolang het maar gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig is, met gastvrij personeel. - Camping met goede faciliteiten - Bekende hotelketen	- Veelal empty nesters: 50 jaar of ouder (79%) en tweepersoons huishoudens (49%). - Relatief vaak laagopgeleid (30%) en verdienen tot modaal (60%). Ze zijn ook vaak gepensioneerd (29%)
STIJLZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. En daarbij: het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zoveel mogelijk 'Ons Soort Mensen' om zich heen.	Luxe en comfort is zeer belangrijk voor deze groep. Ze vinden het ook niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. - Luxe hotel - Kleinschalige boetiek formules - Airbnb	- Vaak mannen (74%), tussen de 18 en 34 jaar oud (35%). Relatief vaak huishoudens met kinderen (35%), en relatief weinig alleenstaanden. - Vaak hoogopgeleid (50%) en verdienen relatief vaak modaal of hoger (23%).

INZICHTZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. Dingen leren en ervaren willen ze. In de natuur en met culturele activiteiten. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen: daar liggen de interesses. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.	Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Ze zijn kritisch en het moet goed geregeld zijn. Daarvoor zijn dan ook best bereid iets meer voor te betalen. - Bekende hotelketens - Bed & Breakfast met goede recensies	- Relatief vaak mannen (76%) en vaak 50 jaar of ouder (67%). Ze wonen vaak in éénpersoons- of tweepersoonshuishoudens (29% en 47%). - Relatief vaak hoogopgeleid (50%), en verdienen meestal modaal of iets meer (44%)
RUSTZOEKERS			
	PROFIEL	Horeca	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk graag dichtbij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek. Als ze erop uit gaan vinden ze het fijn om van tevoren zoveel mogelijk te regelen. Geen verrassingen, geen drukte.	Privacy en rust zijn belangrijk. In de vrije tijd maken ze vooral dagtrips. Ze slapen het liefst graag thuis. Wanneer wel een overnachting wordt geboekt gaat de voorkeur uit naar: - Landelijke camping, bungalow - Bekende hotelketens	- Zowel mannen (54%) als vrouwen (46%), meestal 50 jaar of ouder (57%) en relatief vaak alleenstaanden (28%). - Meestal laag- of middelbaar opgeleid (48% en 30%), en verdienen iets vaker lager dan modaal (56%).

BIJLAGE 4 PRAKTISCHE TOEPASBAARHEID PPP MODEL

Het in paragraaf 1.2 gepresenteerde denkmodel kan voor bestemmingsontwikkeling toegepast worden op verschillende niveaus, zoals voor Noord-Holland Noord, de subregio's en op locatieniveau. Het model biedt een manier van kijken waarop locaties en bestemmingen een eigen analyse kunnen uitvoeren.

Ter illustratie presenteren we twee voorbeelden van de toepassing van het denkmodel op twee concrete casussen op locatie- en gebiedsniveau, namelijk:

1. **Stadsstrand Hoorn.** Een locatie waar de ontwikkeling van een stadstrand naadloos past bij de denklijn van een Bewuste Bestemming.
2. **Nationaal Park Duinen van Texel.** Een ander voorbeeld hoe een van oudsher toeristische regio zich volgens de denkrichting van Bewuste Bestemmingen door ontwikkelt.

Voorbeeld 1: Stadsstrand Hoorn

In plaats van een dijkversterking waarbij de monumentale Westfriese Omringdijk mogelijk aangetast zou worden, wordt bij Hoorn een oeverdijk aangelegd voor de dijk om zo invulling te geven aan de bescherming tegen het water. De nieuwe oeverdijk biedt een groot stadsstrand en nieuwe fiets- en wandelmogelijkheden. Op die manier kunnen inwoners en bezoekers nog meer genieten van de kust aan de westzijde van Hoorn.

De provincie, de gemeente Hoorn en de Alliantie Markermeerdijken (waaronder hoogheemraadschap) trekken gezamenlijk op bij het realiseren van het stadsstrand.

**Strand**

Het stadsstrand op de oeverdijk ligt straks tussen schouwburg Het Park en de Galgenbocht bij de Grote Waal en wordt ongeveer 130 meter breed en een kilometer lang. Het strand biedt legio mogelijkheden voor waterrecreatie.

Paden

Wandelaars krijgen een eigen pad langs het water tussen of over de glooiingen. Op de oeverdijk tussen de Galgenbocht en natuurgebied De Hulk komt een fietspad.

Parkeren

Het stadsstrand krijgt bovendien 500 parkeerplaatsen. De auto's worden gegroepeerd in 'parkeerkoffers'. Door deze indeling en de aanwezige glooiingen gaan de auto's meer op in de omgeving en zijn ze minder zichtbaar.

Bruggen

Op de bestaande dijk komen drie architectonische bruggen naar de oeverdijk. Deze bruggen verbinden de oeverdijk en het stadsstrand met de woonwijken van Hoorn en het bestaande wegen-, fietspaden- en wandelnetwerk.

We beoordelen dit initiatief als volgt:

STADSSTRAND HOORN	AANSLUITING OP DNA	TOEGEVOEGDE WAARDE PEOPLE, PLANET, PROFIT
	+ water toeristisch product koppelen aan het DNA Westfriese Omringdijk, Markermeerkust (= DNA) + past bij kansrijk profiel Inzichtzoeker en Stijlzoeker, stedelijk in dit geval (= bezoekersprofiel)	+ leefbaarheid / voorzieningenniveau eigen inwoners (= People) + cultuurhistorische dijk niet aantasten met versterking, eiland voor kust i.p.v. dijkversterking (= Planet) + hier gaat bedrijvigheid komen voor horeca, waterrecreatie en verblijfsrecreatie in de buurt (= Profit)

BEOORDELING STADSSTRAND HOORN ALS NIEUWE BEWUSTE BESTEMMING

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Legenda: + = positief effect, 0 = neutraal effect, - = negatief effect

Voorbeeld 2: Nationaal Park Duinen van Texel

Het duingebied van Texel is een afwisselend landschap met veel natte duinvalleien tussen droge duinen, bossen, heidevelden, kwelders en een uitgestrekte strandvlakte. Vele soorten planten en dieren hebben in dit gevarieerde gebied hun plek gevonden. De weidsheid van zee en strand, de beslotenheid van bossen en het uitgestrekte duinlandschap maken van het Nationaal Park Duinen van Texel een prachtig gebied om te bezoeken en een waardevol gebied om te beschermen.

Brede samenwerking

De Stichting Nationaal Park Duinen van Texel bestuurt het Nationaal Park. In het bestuur zijn de gemeente Texel, provincie Noord-Holland, gebiedsbeheerders, natuurbeschermingsorganisaties en het overkoepelend orgaan voor Texelse ondernemers TOP vertegenwoordigd. Het park heeft een klankbordgroep met geïnteresseerde inwoners van Texel en organiseert dialoogavonden.

Het park werkt samen met vrijwilligers en bewoners van Texel (Texelse buitengids) en recreatieondernemers over het hele eiland (Gastheer).

Palet aan recreatiemogelijkheden

De recreatiemogelijkheden zijn divers. Uiteraard wandelen, fietsen, paardrijden en vogels spotten maar ook het museum en opvangcentrum Ecomare is in het park gelegen. Bijzonder is de extra mogelijkheid die wordt geboden om ook 's nachts het park te beleven (sterren!) en bij zonsopkomst. Het park doet veel aan voorlichting en educatie, onder meer voor scholen en via excursies.



We beoordelen dit initiatief als volgt:

NATIONAAL PARK DUINEN VAN TEXEL	AANSLUITING OP DNA	TOEGEVOEGDE WAARDE PEOPLE, PLANET, PROFIT
	+ duinen, natuur en UNESCO Waddenzee vormen onderdeel van het DNA + past bij kansrijk profiel Rust-, Inzicht- en Verbindingszoeker en sluit daarmee aan op leefstijl van lokale bevolking + gebiedsopgave natuurontwikkeling en kustversterking	+ het NP zet in op de gezondheidseffecten van een bezoek aan het park (de natuur) voor de bezoeker: ontspanning, rust, sociaal contact, beweging (People) + het NP werkt samen met (lokale) vrijwilligers die worden ingezet als Texelse Buitengids (People) + met Tuinen voor Texel wil het NP actief bijdragen aan verbetering omgevingskwaliteit van Texel door Texelaars (People + Planet) + rolstoelvriendelijke toegankelijkheid en strandrolstoel te leen (People)

		+ duidelijke spelregels en zorgvuldige zonering van drukte en type recreatie-activiteiten afgestemd op draagkracht van het gebied (Planet) + opvang van verzwakte dieren (Planet) + het NP richt zich nadrukkelijk op educatie en onderwijs (People) +naast natuur- en landschapsorganisaties zijn ook ondernemers vertegenwoordigd in het bestuur om ook de economische spin-off te optimaliseren (Profit) + samenwerking met recreatieondernemers verspreid over heel Texel die Gastheer kunnen worden (Profit)
--	--	---

BEOORDELING NATIONAAL PARK DUINEN VAN TEXEL ALS BEWUSTE BESTEMMING

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Legenda: + = positief effect, 0 = neutraal effect, - = negatief effect

In deze twee voorbeelden - Stadsstrand Hoorn en Nationaal Park Duinen van Texel – zien we louter positieve effecten, dat wil zeggen de ontwikkeling sluit naadloos aan op het DNA en is evident van toegevoegde waarde voor de economie, planeet en mens (People, Planet, Profit). In de meeste gevallen zal er een meer gemengd beeld zijn van positieve, neutrale en negatieve effecten (+, 0, -).

Het aantal plussen, nullen en minnen geeft dan een goede indicatie van hoe bewust de bestemming (al) is, en waar de kansen, aanknopingspunten en uitdagingen liggen.

BIJLAGE 5 INWONERS EN BEZOEKERSPROFIEL

LEEFSTIJL	KOP VAN NOORD- HOLLAND	WEST- FRIESLAND	REGIO ALKMAAR	NOORD- HOLLAND NOORD	NOORD- HOLLAND	NL
Avontuurzoeker	4,5%	5,4%	8,9%	6,7%	19,0%	11,0%
Plezierzoeker	16,3%	16,3%	16,2%	16,3%	18,5%	18,0%
Harmoniezoeker	12,9%	12,8%	10,3%	11,7%	8,3%	11,2%
Verbindings- zoeker	14,5%	14,0%	12,6%	13,5%	10,0%	12,7%
Rustzoeker	20,8%	18,9%	16,8%	18,4%	14,8%	18,0%
Inzichtzoeker	16,6%	16,2%	17,7%	16,9%	13,9%	14,0%
Stijlzoeker	14,3%	16,4%	17,7%	16,5%	15,4%	15,0%

LEEFSTIJLEN BEWONERS NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Leefstijlvinder

LEEFSTIJL	KOP VAN NOORD-HOLLAND	WESTFRIESLAND	REGIO ALKMAAR
Uitbundig geel	14,0%	14,0%	17,0%
Gezellig lime	27,0%	17,0%	23,0%
Rustig groen	20,0%	5,0%	18,0%
Ingetogen aqua	11,0%	57,0%	18,0%
Avontuurlijk en sportief paars	27,0%	7,0%	24,0%

LEEFSTIJLEN BEWONERS NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Portaal Kaart en Data Provincie Noord-Holland

BIJLAGE 6 WAARDEN VAN TOERISME EN RECREATIE

CODE	VOORZIENINGEN
47	Detailhandel
55	Logiesverstrekking
56	Eet- en drinkgelegenheden
90.01	Podiumkunst- en vermaak
90.04	Theaters, schouwburgen en evenementenhallen
91.02	Musea, kunstgalerie en expositieruimte
91.04.1	Dieren- en plantentuin
92	Loterij en kansspelen
93.11	Sportaccommodaties
93.12	Buitensport
93.13	Fitnesscentra
93.14	Binnensport
93.15	Watersport
93.21	Pret- en themaparken, kermis
93.29	Overig recreatie
96.04	Sauna's, solaria, baden etc.

SBI CODES VOORZIENINGEN GERELATEERD AAN TOERISME EN RECREATIE

Bron: NBTC

	INWONERS	OPPERVLAKTE GEMEENTE (HEC)	OVERNACHTINGEN 2020	TOER. INTENSITEIT*	TOER. DICHTHEID**
Texel	13.660	46.320	3.411.000	249.780	0,20
Bergen	29.720	12.020	1.204.000	40.518	0,27
Schagen	46.530	18.730	1.137.806	24.452	0,17
Medemblik	45.165	25.760	561.000	12.421	0,06
Enkhuizen	18.640	11.620	215.000	11.536	0,05
Alkmaar	109.900	11.740	279.000	2.538	0,07
Opmeer	12.010	4.194	6.100	507	0,00

TOERISTISCHE INTENSITEIT EN DICHTHEID IN ENKELE GEMEENTEN VAN NOORD-HOLLAND NOORD

Bron: Uitvraag gemeenten, bewerking Bureau Stedelijke Planning

* Aantal overnachtingen per 1.000 inwoners

** Aantal overnachting per hectare oppervlak

REGIO	NATUUR/RECREATIE- GEBIED	AANTREKKING	DRUKTE (AANTAL BEZOEKEN PER HECTARE)
Kop van Noord-Holland	Petteerderduinen	Landelijk	Gemiddeld
Kop van Noord-Holland	Waddendijk en Polder van Texel	Landelijk	Gemiddeld
Kop van Noord-Holland	Texel bos en duin	Landelijk	Gemiddeld
Kop van Noord-Holland	Strand Texel	Landelijk	-
Kop van Noord-Holland	Robbenoord en Dijksgatsbos	Regionaal	Laag
Westfriesland	Enkhuizerzand	Landelijk	Zeer hoog
Westfriesland	Streekbos	Regionaal	Zeer hoog
Regio Alkmaar	Schoorlse Duinen	Landelijk	Gemiddeld
Regio Alkmaar	Strand Bergen / Egmond / Schoorl	Landelijk	-
Regio Alkmaar	Noordhollands Duinreservaat	Regionaal	Laag

NATUUR- EN RECREATIEGEBIEDEN MET RENIOGALE OF LANDELIJK AANTREKKING

Bron: Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland Deel B (maart 2022)

	KOP VAN NOORD- HOLLAND	WEST- FRIESLAND	REGIO ALKMAAR	NOORD- HOLLAND NOORD	NOORD- HOLLAND
Directe bestedingen activiteit	€ 328.274	€ 306.899	€ 547.000	€ 1.182.173	€ 6.737.665
Vervoerkosten	€ 199.530	€ 189.629	€ 262.870	€ 652.029	€ 3.308.234
Vaste kosten	€ 10.972	€ 40.193	€ 44.747	€ 95.912	€ 446.442
Totale bestedingen vrijtijdsactiviteiten	€ 538.776	€ 536.721	€ 854.617	€ 1.930.114	€ 10.492.341

BESTEDINGEN RECREATIEVE ACTIVITEITEN (X 1.000)

Bron: CVTO 2018, NBTC-NIPO Research

	KOP VAN NOORD-HOLLAND		WESTFRIESLAND		REGIO ALKMAAR	
	Abs.	Perc.	Abs.	Perc.	Abs	Perc.
Totale recreatieve omzet	140.000	100%	182.000	100%	358.000	100%
Aandeel binnenland toerisme	3.370	1,6%	2.175	1,2%	5.254	1,5%
Aandeel buitenlands toerisme	1.917	0,8%	1.237	0,7%	2.407	0,7%

OMZET RECREATIEVE ARTIKELN WINKELS (X 1.000)

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

	KOP VAN NOORD-HOLLAND	WEST-FRIESLAND	REGIO ALKMAAR	NOORD-HOLLAND NOORD
2017	6.420	5.885	10.640	22.945
2018	6.685	6.135	10.885	23.075
2019	6.725	6.315	11.055	24.095
2020	5.740	5.055	9.240	20.035

ONTWIKKELING WERKGELEGENHEID

Bron: NBTC Arbeidsmarktmonitor

	KOP VAN NOORD-HOLLAND	WEST-FRIESLAND	REGIO ALKMAAR	NOORD-HOLLAND NOORD
Horeca	3.100	4.335	8.180	4.345
Nederlandse dagattracties	-	380	410	125
Toerisme	3.965	4.625	9.225	5.855
Watersport en recreatie	530	520	430	1060

BANEN DEELSECTOREN RECREATIE- EN TOERISMESECTOR

Bron: NBTC Arbeidsmarktmonitor