

ANALYSEDOCUMENT

**BIJLAGE BIJ DE AGENDA TOERISME EN RECREATIE
2040 VAN DE KOP VAN NOORD-HOLLAND**

Juli 2025

Regio  p van NH

 **GINDER**
komt het tot leven



SAMENVATTING

Doel van deze agenda

De Kop van Noord-Holland, bestaande uit de vier gemeenten Den Helder, Schagen, Hollands Kroon en Texel, is een uniek stukje Nederland. De regio wordt gekenmerkt door de vele zandstranden, het agrarische en open binnenland met het grootste aaneengesloten bollengebied van Europa, de begrenzing door drie verschillende kusten en de diverse steden en dorpen. De Noordzeekust wordt goed bezocht door toeristen en de afgelopen jaren is het aantal overnachtingen sterk gestegen. In de samenwerkingsagenda 2022-2025 “Samen op Kop” hebben de Kopgemeenten de ambitie uitgesproken om de gehele Kop te laten profiteren van toerisme en recreatie. Deze agenda geeft hier invulling aan: welke kansen en uitdagingen zijn er in de Kop en welke acties zijn de komende jaren nodig om de leefbaarheid voor onze inwoners te versterken? In deze agenda ligt de focus op bestemmingsontwikkelingen in de gemeenten Den Helder, Schagen en Hollands Kroon. De gemeente Texel is al een zeer sterk toeristisch ‘merk’ en heeft baat bij het ontwikkelen van de rest van de Kop als een aantrekkelijk alternatief om spreiding in de regio te bevorderen (bijvoorbeeld het ontwikkelen van de infrastructuur rondom de haven van Den Helder). Er liggen ook kansen om de samenwerking tussen Texel en de overige Kop-gemeenten te bevorderen, o.a. op het gebied van dataverzameling en kennisdeling.

Wat zijn onze speerpunten?

We willen dat toerisme en recreatie in de Kop van Noord-Holland bijdraagt aan de brede welvaart van onze regio. Dit doen we door te werken aan een vitaal en gevarieerd gebied voor inwoners en bezoekers. Dat betekent dat we inzetten op de volgende speerpunten:

- *Een verbeterde en gevarieerde infrastructuur.* Het verbinden van het recreatieve aanbod en de verschillende gebieden in de Kop is een belangrijk speerpunt voor bestemmingsontwikkeling. Dit gaat over het op orde brengen van de recreatieve infrastructuur voor wandelaars, fietsers, watersporters en andere gebruikersgroepen en het verbinden van bestaand en nieuw aanbod met bijvoorbeeld een beleavings-component voor de lange termijn.
- *Uitgebreider en gevarieerder aanbod met aandacht voor omgevingskwaliteit.* We zetten in op revitalisering van ons aanbod, waarbij de omgevingskwaliteit centraal staat. Dit betekent voldoende variatie aan dagactiviteiten, cultuurervaringen, beleefbare natuur, vitale verblijfsmogelijkheden en watersportactiviteiten. Om zo de beleevingswaarde van de bestemming als geheel te vergroten.
- *Diversiteit in doelgroepen.* We richten ons op het aantrekken van een breder scala aan bezoekers (inwoners en toeristen) die de diverse kwaliteiten van de Kop willen ontdekken, passend bij het DNA van het gebied. Denk aan stedelijke toeristen, natuurliefhebbers, cultuurzoekers en watersporters.
- *Een stevige samenwerking.* De afgelopen jaren zijn er al flinke stappen gezet op het gebied van regionale samenwerking. Om ook op de lange termijn een toeristisch-recreatief product aan te bieden dat aansluit bij de markt van morgen is het belangrijk om deze samenwerking te koesteren en verder te versterken (bijv. met publiek-private samenwerkingen).

Welke uitdagingen en kansen zien we?

De Kop biedt een veelbelovende omgeving met voldoende toeristische aantrekkingskracht. Toch is er ruimte voor verbetering en verbinding. Het populaire kusttoerisme staat veelal nog los van het achterland. Hoewel recreatief gebruik in het buitengebied mogelijk is, blijft dit ondergeschikt aan landbouwproductie en natuurbescherming. Tegelijkertijd is het verblijfsaanbod langs de kust eenzijdig en gedreven door vastgoedontwikkelingen, terwijl de recreatieve voorzieningen in het binnenland vaak bescheiden en lokaal gericht zijn. De uitdaging ligt in het revitaliseren van aanbod, het leggen van fysieke en digitale verbindingen tussen kust en binnenland, en in het versterken van de omgevingskwaliteit. Om de regio verder te ontwikkelen als bewuste bestemming, is een sterke organisatie nodig die op mesoniveau opereert¹⁾. Publiek-private samenwerking met een lange termijn visie is hierbij essentieel. Dit vraagt om investeringen in (digitale) infrastructuur, nieuwe toeristische producten zoals agrotourisme en waterrecreatie, en een verbetering van de basisvoorzieningen zoals fiets- en wandelpaden. Het creëren van een totaalbeleving voor bezoekers hangt af van sterke organisatiekracht en samenwerking tussen overheden, ondernemers en inwoners, om van de Kop een nog aantrekkelijkere bestemming te maken.

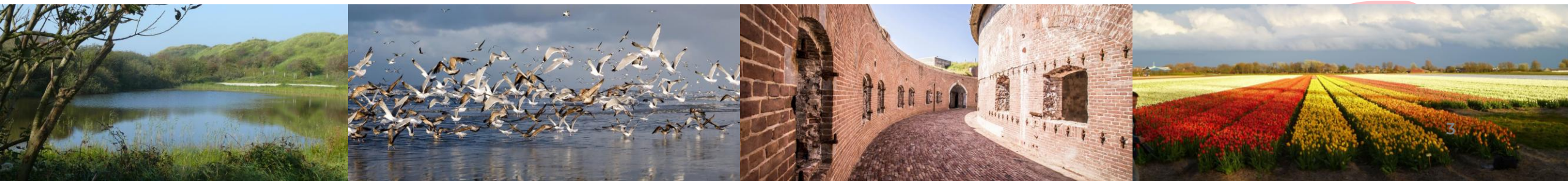
1. Marktpartijen richten zich vaak alleen op de meest rendabele projecten, zoals de ontwikkeling van woningen of commerciële voorzieningen, omdat deze op korte termijn de hoogste opbrengsten genereren. Echter, gebiedsontwikkeling vereist een breder perspectief. Een dergelijke organisatie op mesoniveau maakt het mogelijk om op een geïntegreerde manier te investeren in een gebied, waarbij het totaalplaatje – en niet alleen losse, winstgevendende projecten – centraal staat.

Hoe gaan we dit doen?

Het ontwikkelen van de Kop als bestemming is geen gemakkelijke opgave en vraagt veel van alle betrokken partijen. We kunnen niet alles in een keer doen en dat hoeft ook niet. Daarom maken we onderscheid tussen wat we op de korte termijn gaan doen en op de lange termijn.

Op de **korte termijn** zetten we in op de basis op orde maken en het (door)ontwikkelen van de recreatieve infrastructuur. Hier ligt namelijk de basis voor inwoners en toeristen om de Kop als gebied te ontdekken. Met ontwikkelingen in de infrastructuur volgen ook het centraal stellen van onze landschappelijke kwaliteiten en het beleefbaar maken van onze landschappen, historie en de verhalen. Ook blijven we ons inzetten op riemarketing via het digitale platform van Visit Kop van Holland.

Op de **lange termijn** zetten we diverse gebiedsontwikkelingen in gang, bijvoorbeeld rondom Den Oever en zoeken we naar kansen voor verdere aanbodontwikkeling. Ook professionaliseren we de samenwerkingen in de Kop op toeristisch-recreatief niveau en verkennen we de mogelijkheid om op mesoniveau een passende organisatie te vormen die gebiedsgericht aan de slag gaat met toeristische ontwikkelingen. Zo borgen we dat de regio ook in 2040 een aantrekkelijke bestemming is en blijft.



INHOUD

Samenvatting	3	4 Welke kansen liggen er?	32
1 Waarom een agenda?	5	4.1 Inleiding	33
1.1 Aanleiding en doel	6	4.2 Omgeving en accommodaties	34
1.2 Toerisme en recreatie als stimulans voor brede welvaart	7	4.3 Organisatie	39
1.3 Bestemmingsontwikkeling in de Kop	8	4.4 Conclusies over de kansen	40
1.4 Proces en leeswijzer	10	4.4 Samenvattende tabel	41
2 Hoe staan we ervoor?	11	5 Bijlagen	42
2.1 Waar komen we vandaan?	12		
2.2 Er gaat veel goed in de Kop...	14		
2.3 ... maar er zijn ook zorgen	17		
2.4 Analyse infrastructuur	19		
3 Waar lopen we tegenaan?	23		
3.1 Inleiding	24		
3.2 Omgeving en accommodaties	25		
3.3 Organisatie	29		
3.4 Conclusies over de opgaven	30		
3.5 Samenvattende tabel	31		



1

Waarom een agenda?

1.1 AANLEIDING EN DOEL

De Kop van Noord-Holland bestaat uit de vier gemeenten Den Helder, Schagen, Hollands Kroon en Texel. De vele zandstranden, het agrarische en open binnenland, de begrenzing door drie verschillende kusten en de diverse steden en dorpen, maakt de Kop een uniek stukje Nederland.

Begin 2020 is door de vier Kopgemeenten het Regioakkoord “De Kop Groeit!” opgesteld en vervolgens de samenwerkingsagenda 2022-2025 “Samen op Kop”. Deze agenda vormt de basis voor het voortzetten van de regionale samenwerking tussen de vier gemeenten en de provincie die gestart is in 2017 met “De Kop Werkt!”. In deze samenwerkingsagenda is de ambitie uitgesproken om de gehele Kop te laten profiteren van toerisme en recreatie. Toerisme en recreatie zijn namelijk onlosmakelijk verbonden met het leven in de Kop en leveren een belangrijke bijdrage aan de brede welvaart in de regio.

Deze Agenda Toerisme en Recreatie 2040 gaat in op de uitdagingen en kansen op het gebied van toerisme en recreatie in de Kop van Noord-Holland, evenals concrete acties om de kansen te verzilveren. Het is nadrukkelijk een Kop-brede agenda, waarbij de focus ligt op het ontwikkelen van toerisme en recreatie in de Kop. De focus ligt niet op de afzonderlijke gemeente, maar juist op regionale ontwikkeling.

Twee sterke merken: ‘Texel’ en ‘de Kop’

Eén van de vier Kopgemeenten is Texel, een geliefde bestemming en een zeer sterk toeristisch ‘merk’. Texel is erbij gebaat dat in de andere drie gemeenten (‘de Kop’) een aantrekkelijk toeristisch alternatief ontstaat, zo verspreidt het toerisme zich over elk van de vier gemeenten en stimuleert het de economie Kop-breed. In de overige drie Kopgemeenten liggen er kansen voor kwaliteitsverbeteringen en vitalisering van het aanbod. De samenwerking tussen de vier Kopgemeenten is dan ook belangrijk voor bestemmingsontwikkeling in de gehele Kop, zowel op het vasteland als op Texel. Ook op organisatieniveau is Texel betrokken.



Bestemmingsontwikkeling

Er is toenemende aandacht voor de duurzame ontwikkeling van toerisme en recreatie. Om zowel de huidige als toekomstige generaties te laten genieten van al het moois wat de regio te bieden heeft, is het van belang dat er een balans wordt gezocht tussen economische, sociale en ecologische aspecten.

Bestemmingsmanagement is van belang voor het in balans brengen van een bestemming. Dit gaat namelijk over de strategieën, maatregelen en instrumenten die nodig zijn om te sturen op een toeristisch-recreatieve bestemming. Een onderdeel hiervan is bestemmingsontwikkeling. Dit gaat over het doorontwikkelen van bestaand aanbod en het ontwikkelen van nieuw, aanvullend aanbod passend bij de gewenste doelgroepen.

De duurzame ontwikkeling van toerisme en recreatie zit als een rode draad verweven door de agenda. De kansen en acties zijn gericht op het toekomst-bestendig doorontwikkelen van toerisme en recreatie in de Kop.

1.2 TOERISME EN RECREATIE ALS STIMULANS VOOR BREDE WELVAART

In de beeldvorming gaat toerisme en recreatie (R&T) meestal over het aantrekken van bezoekers en het stimuleren van economische activiteit via marketingactiviteiten. Maar R&T is meer dan dat: het wordt steeds meer gezien als middel om de leefomgeving en brede welvaart te verbeteren (zie: Perspectief 2030 (NBTC), Waardevol toerisme (RLI) en Onderzoek Maatschappelijke Waarde van Toerisme (CELTH)). Brede welvaart biedt een overkoepelend perspectief. Naast de economische focus is er steeds meer aandacht voor de ruimtelijke en sociaal-maatschappelijke waarde van R&T. Er zijn dan ook veel koppelkansen mogelijk met andere (beleids)domeinen.

Deze omslag in denken wordt ook nadrukkelijk benoemd in de samenwerkingsagenda van de Kop. De mogelijkheden die inwoners hebben om, dicht bij de plek waar zij wonen, gebruik te maken van R&T - aanbod levert een positieve bijdrage aan de kwaliteit van leven, de waardering van hun eigen leefomgeving en de steun van bewoners voor de sector. Veel R&T-ondernemers bieden hun diensten en producten ook aan bewoners aan. In veel gevallen zullen vaste klanten zelfs bewoners zijn. Daarnaast zijn eigen inwoners in veel gevallen ook de belangrijkste gebruikers van de toeristische infrastructuur, zoals (gethematiseerde) wandel- en fietspaden en vaarroutes. Om meer talent op alle niveaus te behouden, is het belangrijk dat de Kop-gemeenten aantrekkelijk genoeg blijven voor talent om hier te blijven of zich hier juist te vestigen. Een diverse werkgelegenheid, de mogelijkheden voor vrijetijdsbesteding, beschikbaarheid van woningen, het culturele aanbod en een aantrekkelijk landelijk gebied zijn onderdelen van een aantrekkelijk vestigingsklimaat.

De ontwikkeling van R&T is dus geen doel op zich, maar een middel dat bijdraagt aan de leefbaarheid en brede welvaart van inwoners. De strategische opgave op het terrein van R&T dient dan ook benaderd te worden vanuit het de kracht van de lokale identiteit; het landschap, de rijke cultuurhistorie en de iconische verhalen. Vanuit dit perspectief kunnen kansen benut worden op het gebied van R&T, zowel voor inwoners (met nadruk op jongeren), ondernemers, als voor het aantrekken van meer bezoekers. Die kansen sluiten aan bij het ecosysteem-denken en door R&T te bezien als toeristisch-recreatief samengesteld product waarbij omgeving, accommodatie (logies, dagrecreatie) en organisatie met elkaar in samenhang wordt bekeken en versterkt.

Een sterke R&T-sector leidt o.a. tot:

- Publieke recreatiegebieden met belevingswaarde voor eigen inwoners en bovendien aantrekkelijk voor bezoekers van verder weg.
- Voorzieningen met sociale en verenigingsfunctie aangevuld met een gastvrije functie voor bezoekers. Dit vergroot de saamhorigheid van inwoners en zorgt bezoekers van buiten.
- Het sterker verbinden van R&T met andere beleidsdomeinen. Denk aan natuur met bossenstrategie koppelen aan recreatieondernemers en gemeentelijke gebiedsontwikkelaars, planning van nieuwe recreatievoorzieningen die voor zowel toeristen als inwoners verrijkend zijn en ruimtelijke kwaliteit op hotspots verbeteren met belevingswaarde (bv. de parkeerplaats bij Julianadorp aan Zee en de bootterminal in Den Helder). Het toevoegen van ruimtelijke belevingskwaliteit versterkt de trots en saamhorigheid tussen mensen. In de volgende paragraaf zijn meer voorbeelden opgesteld hoe R&T en andere beleidsvelden elkaar versterken.

1.3 BESTEMMINGSONTWIKKELING IN DE KOP

Van groei van bezoekers naar bestemmingsontwikkeling

In 2017 is “De Kop Werkt!” gestart, waarbij toerisme werd aangewezen als een van de vijf economische clusters van de regio. Het was destijds het primaire doel van de marketingopdracht dat er meer bezoekers naar de regio zouden komen en dat deze geprikkeld zouden worden om langer in de regio te verblijven en meer te besteden. In de latere samenwerkingsagenda Kop van Noord-Holland 2022-2025 verschoof het accent meer naar de ambitie dat toerisme en recreatie een middel is waar alle inwoners van de Kop van moeten profiteren (‘brede welvaart’). Dit betekent een duurzame groei van de economie en een ontwikkeling van toerisme en recreatie die past bij het DNA van de regio. Hierbij liggen er kansen voor de ontwikkeling van vrijetijdslandschappen. Waarbij de unieke, lokale kwaliteiten, die zowel voor inwoners als bezoekers waardevol zijn, centraal staan. Ook is er aandacht voor verduurzaming en revitalisering van de verblijfsrecreatie, vaarroutes, rondje waddenbaai, leefbaarheid, het wandelnetwerk en een goed bereikbaar netwerk van voorzieningen. De meerwaarde voor inwoners komt hiermee centraal te staan.

Naar een gevarieerder en afwisselender gebied voor inwoners en bezoekers

Deze agenda vormt een concretiseringsslag van eerdergenoemde beleidsdocumenten en richt zich primair op het vergroten van de brede welvaart in de Kop. Door gericht in te zetten op revitalisatie van het aanbod en meer variatie en afwisseling in de recreatieve mogelijkheden, wordt de Kop een aantrekkelijkere en bewuste bestemming. En waar de sector bijdraagt aan de woon- en leefkwaliteit van huidige en

toekomstige inwoners.

De kern van deze agenda ligt in het versterken van de brede welvaart en revitalisatie van het aanbod met sterke onderlinge verbindingen tussen de verschillende recreatieve bedrijven, activiteiten en gebieden. Dit zorgt ervoor dat bezoekers op een intuïtieve en gemakkelijke manier toegang krijgen tot de gevarieerde mogelijkheden die de Kop reeds te bieden heeft. Daarnaast zullen nieuwe mogelijkheden waar nodig worden ontwikkeld om het aanbod verder te versterken.

We zetten in op de volgende strategische uitgangspunten voor meer variatie en verbinding om het toeristisch samengesteld product van de regio te versterken (zie bijlage 1 en figuur 1):

- *Verbeterde en gevarieerde infrastructuur:* Om het recreatieve aanbod te versterken, wordt ingezet op het ontwikkelen van fijnmazige, gemakkelijk toegankelijke verbindingen voor wandelaars, fietsers en watersporters. Dit betreft zowel ‘quick wins’ om de basis van de recreatieve infrastructuur op orde te maken als meer ingrijpende hoofdverbindingen met een belevingscomponent voor de lange termijn. Maar ook de digitale infrastructuur wordt op orde gebracht.
- *Uitgebreider en gevarieerder aanbod met aandacht voor omgevingskwaliteit:* We zetten in op revitalisering van ons aanbod, waarbij de omgevingskwaliteit centraal staat. Dit betekent voldoende variatie aan dagactiviteiten, cultuurervaringen, beleefbare natuur, vitale verblijfsmogelijkheden en watersportactiviteiten. Om zo de belevingswaarde van de bestemming als geheel te vergroten.

- *Diversiteit in doelgroepen:* In het verlengde van het vorige punt richt de Kop zich op het aantrekken van bezoekers die passen bij het DNA van de Kop. Dit omvat zowel inwoners van verschillende leeftijden (jong en oud) als toeristen van verder weg. Hierbij wordt aandacht besteed aan het aanspreken van verschillende doelgroepen, zoals stedelijke toeristen, natuurliefhebbers, cultuurzoekers en watersporters, die de diverse kwaliteiten van de Kop willen ontdekken.
- *Een stevige samenwerking:* De afgelopen jaren zijn er flinke stappen gezet op het gebied van regiomarketing en regionale samenwerking. Gefaseerd kan verkend worden of de regionale publiek-private samenwerking nog verder versterkt kan worden. Dit is een belangrijke randvoorwaarde om ook op de lange termijn een toeristisch-recreatief product aan te bieden dat aansluit bij de markt van morgen.

De agenda maakt een onderscheid tussen korte termijn actiepunten en lange termijn speerpunten. Dit helpt om zowel concrete resultaten op de korte termijn te realiseren als strategische doelen op de lange termijn te verkennen. Korte termijn acties richten zich op zichtbare en snel te realiseren maatregelen die tot de verbeelding spreken en direct impact hebben op het toeristisch-recreatieve product. Deze acties leveren tastbare resultaten op, zoals concrete maatregelen die snel uitgevoerd kunnen worden (bijvoorbeeld een 'schop in de grond').

Voor de langere termijn worden strategische speerpunten opgesteld die meer verkennend van aard zijn. Hierbij kan gedacht worden aan gefaseerde stappenplannen, zoals bij de oprichting van een gebiedsorganisatie, waarbij eerst de haalbaarheid wordt verkend alvorens tot uitvoering over te gaan. Deze strategische speerpunten zorgen ervoor dat er op structurele wijze wordt gewerkt aan de ambities, waarbij de juiste voorwaarden worden gecreëerd om op de lange termijn successen te behalen. Door dit onderscheid kan de agenda effectief sturen op zowel directe resultaten als op duurzame ontwikkeling voor de toekomst.



Figuur 1. Het samengesteld toeristisch product

1.4 PROCES EN LEESWIJZER

Proces

De agenda toerisme en recreatie is opgesteld in samenwerking met vertegenwoordigers van R&T-sector: ondernemersverenigingen, natuurorganisaties, dorpsraden, marketingorganisaties, ambtelijk vertegenwoordigers en andere stakeholders. Als regio opereren we immers in een speelveld met veel verschillende actoren die allemaal belang hebben bij een florerende toerisme en recreatie sector. Een gezamenlijk traject zorgt voor draagvlak en goede energie.

Allereerst heeft een schouw door de regio plaatsgevonden onder leiding van de betrokken ambtenaren en zijn we in gesprek gegaan met de verantwoordelijke bestuurders. We hebben op locatie diverse lopende ontwikkelingen besproken, evenals enkele uitdagingen die er in het gebied zijn. Vervolgens is de huidige situatie in beeld gebracht. Hierbij is gebruik gemaakt van bestaande beleidstukken en onderzoeken, aangevuld met analyses en expertise van Ginder, Han Verheijden en Rob Vrolijk.

Deze eerste bevindingen zijn gedeeld en verrijkt tijdens diverse interviews met bovengenoemde vertegenwoordigers van de R&T-sector. Meer achtergrondinformatie en duiding van de analyses is te vinden in dit analysedocument.

Na de gesprekken is een eerste aanzet van de agenda opgesteld. Deze aanzet is in het najaar zowel ambtelijk als bestuurlijk herhaaldelijk besproken wat heeft geleid tot een eerste concept van de agenda. Dit concept is in januari 2025 tijdens een inloopbijeenkomst voorgelegd aan stakeholders. Met deze laatste input is de conceptagenda aangescherpt en nog een keer voorgelegd aan een aantal belangrijke stakeholders. De definitieve agenda wordt voor besluitvorming voorgelegd aan de colleges en ter kennisgeving naar de Regionale Raadscommissie Noordkop gestuurd.

Leeswijzer

Na deze inleiding volgen vijf hoofdstukken:

- In **hoofdstuk 2** wordt de huidige situatie in de Kop geschetst. Aan de hand van enkele feiten, cijfers en analyses beschrijven we de staat van toerisme en recreatie in de Kop.
- In **hoofdstuk 3** worden de opgaven van toerisme en recreatie in de Kop beschreven, aan de hand van het toeristisch samengesteld product en de verschillende deelgebieden. Dit hoofdstuk sluit af met enkele conclusies en een samenvattende tabel.
- **Hoofdstuk 4** gaat in op de kansen die er liggen voor toerisme en recreatie, wederom aan de hand van het toeristisch samengestelde product. Dit hoofdstuk sluit af met de samenvattende tabel, aangevuld met de kansen
- De bijlagen zijn opgenomen in **hoofdstuk 5**. Indien van toepassing wordt hier in hoofdstukken naar verwezen.



2 Hoe staan we ervoor?

2.1 WAAR KOMEN WE VANDAAN?

De Kop van Noord-Holland heeft een rijke geschiedenis die sterk wordt bepaald door haar ligging aan zee en de strijd tegen het water. In dit hoofdstuk worden een aantal belangrijke periodes uit de geschiedenis van de Kop beschreven die van invloed zijn geweest op het landschap¹).

Leven met het water in de 13^e eeuw

Eeuwenlang was het een uitgestrekt veengebied, bestaande uit meerdere lagen van mos en plantenresten. Door de hoge waterstand verteerde slechts een gedeelte van deze plantenresten, waardoor er een metershoge sponsachtige grondsoort overbleef: het natte veengebied. In dit veengebied waren diverse kleine woonkernen, zoals Texel, Huisduinen, Callantsoog (vroeger Callighe) en de keileembult van Wieringen. Door inklinking van de veengebieden daalde het grondwaterniveau en steeg het waterpeil. Sommige plekken kwamen daardoor onder zeeniveau te liggen. Door de dreiging van het water werden in de Kop dijken aangelegd. Zo ontstond er in de 13^e eeuw een heel netwerk aan dijken die met elkaar verbonden werden tot een aangesloten dijk: De Westfriese dijk. De regio was gefragmenteerd door waterwegen en moerassen. Op de hoger gelegen delen ontstonden lintdorpen,

terwijl de lagere veengebieden werden ontgonnen en door het ontwateren geschikt gemaakt als landbouwgebied. Ook ontstond er bebouwing op strategische locatie die goed bereikbaar waren via de zee, zoals havenstadje Kolhorn aan de Zuiderzee. Deze natuurlijke barrières maakte het gebied zowel kwetsbaar voor overstromingen als strategisch van belang voor handel en transport.

Inpoldering van het landschap

Vanaf de 15^e eeuw werd gestart met verschillende inpolderingsprojecten, welke gedurende diverse eeuwen uitgevoerd werden. Zo werd de Zijpepolder aan het einde van de 16^e eeuw succesvol bedijkt, evenals de kleinere Hazepolder. Vele molens werden gebruikt om de polder droog te houden. Na de succesvolle bedijking van de Zijpepolder werden de slikgebieden buiten de Westfriese Omringdijk interessant, omdat vruchtbare gronden schaars waren. Aan het begin van de 17^e eeuw slaagde de aandijking van de Wieringerwaard. De Wieringerwaard werd ingericht met indrukwekkende herenboerderijen, molens en vaarten. Andere polders, zoals de Polder Koegrass, werden juist efficiënt ingericht als productiepolder.

Kop van Noord-Holland eind 13^{de} eeuw



Kop van Noord-Holland ca. 1810



Bron: Wikipedia en
TopoTijdsreis

1. Voor meer informatie over geschiedenis en DNA van het gebied verwijzen we naar het rapport 'Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord' (2022, Bureau Stedelijke Planning) en naar 'Keuze aan de Kust' (Provincie Noord-Holland en IMA).

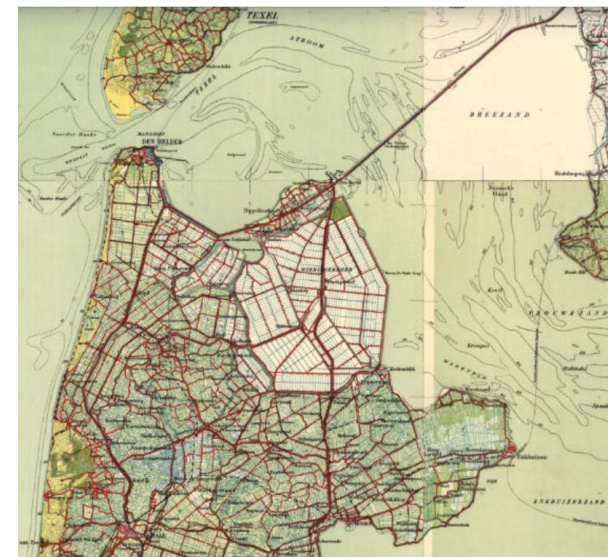
Zuiderzeewerken in de 20^e eeuw

De Zuiderzee was een grote, ondiepe inham van de Noordzee die regelmatig voor overstromingen zorgde. Het doel van de Zuiderzeewerken was om deze zee af te sluiten, land te winnen en de regio beter te beschermen tegen overstromingen. De aanleg van de Afsluitdijk in 1932 was hierbij een mijlpaal; het sloot de Zuiderzee af van de Noordzee waardoor de Waddenzee ontstond en veranderde de binnenzee in het IJsselmeer. Deze werken brachten niet alleen veiligheid, maar ook economische groei, en transformeerden de Kop van Noord-Holland van een kwetsbaar eilandgebied naar een stabiel landbouw-, woon- en recreatiegebied. De Wieringermeerpolder was onderdeel van de Zuiderzeewerken en was de eerste grote polder die nog voor de voltooiing van de Afsluitdijk werd drooggelegd. Daarna werd de polder gebruikt voor de landbouw en tegenwoordig zijn er veel fiets- en wandelroutes te vinden.

Kop van Noord-Holland ca. 1930



Kop van Noord-Holland ca. 1940



Bron: Wikipedia en TopoTijdreis

2.2 ER GAAT VEEL GOED IN DE KOP...

Aantal vakantiehuisjes groeit, overig logiesaanbod daalt

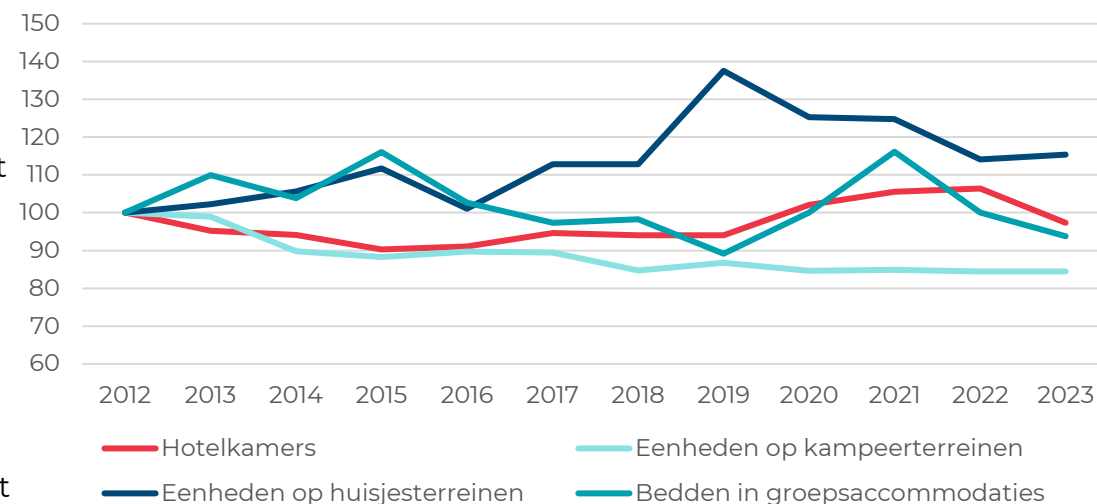
In de COROP-regio de Kop van Noord-Holland¹⁾ is een dubbelde trend waarneembaar. Enerzijds vindt er een groei plaats van het aantal vakantiehuisjes. Dit aanbod is in de periode 2012-2023 met ca. 15% gegroeid. En anderzijds kent het overige logiesaanbod een daling in aantal eenheden. Vooral de daling van het aantal kampeereenheden van ca. 16% valt op. De daling kan verklaard worden door o.a. het stoppen van ondernemers, maar ook door transformaties van kampeereenheden naar huisjes. Deze daling is waarschijnlijk een onderschatting, want veel kampeereenheden zijn getransformeerd naar chalets. Deze chaletparken functioneren als bungalowpark, maar vallen formeel nog onder de duiding 'kampeerterrein'. Het aanbod in de Kop sluit hiermee aan bij een trend van toenemende vraag naar luxere verblijfseenheden. Wel moet worden opgepast voor al te veel 'verstening' van het landschap, en dat de regio ook toegankelijk blijft voor mensen met een minder gevulde portemonnee.

Sterke groei van de vraag naar logies in de Kop van Noord-Holland

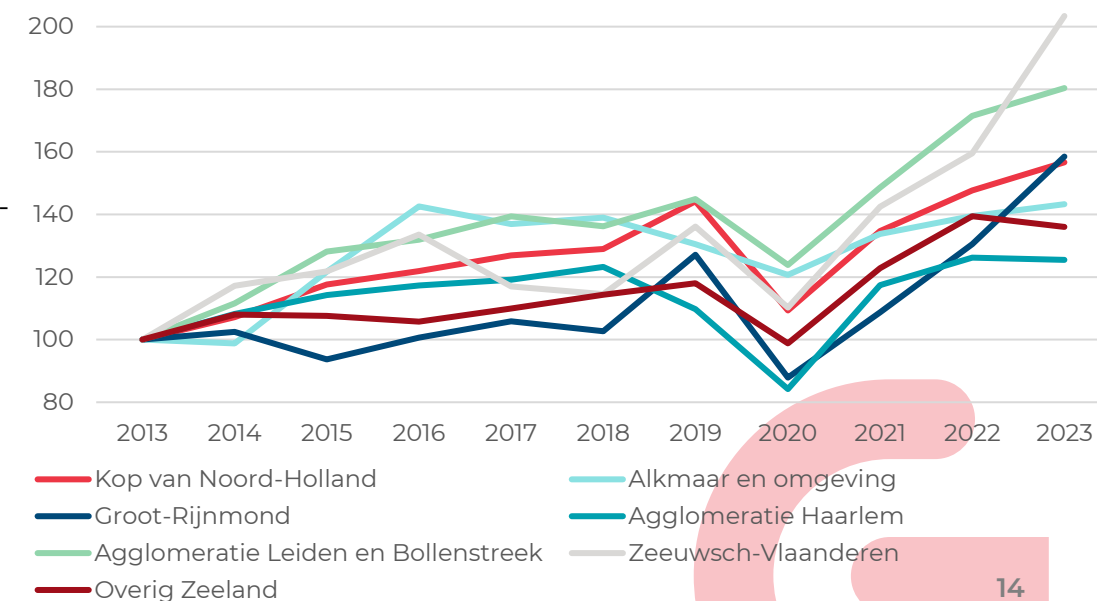
De afgelopen 10 jaar vond er een sterke groei plaats van het aantal overnachtingen op huisjes-, kampeerterreinen en groepsaccommodaties in de COROP-regio Kop van Noord-Holland. De groei bedroeg 57% over de periode 2013-2023, dat gelijk staat aan een jaarlijkse groei van 5%. Het aantal overnachtingen groeide in dezelfde periode ook in andere COROP-regio's aan de Nederlandse Noordzeekust, maar niet allemaal in dezelfde mate als in de Kop. Alleen in Zeeuws-Vlaanderen en Agglomeratie Leiden en Bollenstreek (met o.a. Noordwijk en Katwijk) was de relatieve groei van het aantal overnachtingen sterker. De Kop wordt dus steeds beter gevonden door bezoekers. In deze periode is ook stevig ingezet op destiniatiemarketing.

1. De COROP-regio de Kop van Noord-Holland bestaat uit de gemeenten Drechterland, Enkhuizen, Oost- en West- en Middelharnis, Hollands Kroon, Hoorn, Koggenland, Medemblik, Opmeer, Schagen, Stede Broec en Texel

Grafiek 1: Groei logiesaanbod in Kop van Noord-Holland (Index: 2012 = 100)



Grafiek 2: Groei logiesvraag in Kop van Noord-Holland (Index: 2013 = 100)



Bronnen: CBS statline en Data Center Toerisme (DCT).

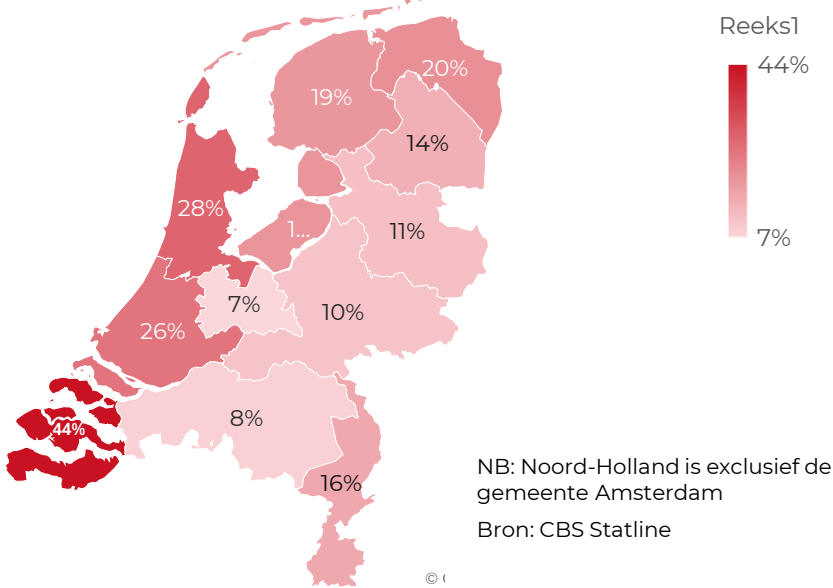
Noordzeekust trekt veel Duitse bezoekers

Sinds jaar en dag is de Nederlandse kust populair bij de Duitse gast. Voor de provincies Zeeland, Zuid-Holland en Noord-Holland (excl. Amsterdam) geldt dan ook dat de Duitse gast een substantieel aandeel heeft in het totaal aantal overnachtingen. In Zeeland is de Duitse gast goed voor ca. 44% van het aantal overnachtingen en in Zuid- en Noord-Holland varieert dit tussen de 25 en 30%. In de Kop van Noord-Holland ligt dit aandeel waarschijnlijk nog iets hoger, tussen de 35-40% (bron: Vitaliteitsonderzoek ZKA 2019 en Data Center Toerisme (DCT)). De Duitse gast is daarmee een belangrijke additionele doelgroep om op in te zetten. Daarnaast is het ook een groeimarkt. Het aantal overnachtingen door inwoners van onze buurlanden (dus incl. België) in de Kop-gemeenten is gegroeid van ruim 2 miljoen in 2019 naar ruim 2,5 miljoen in 2023 (bron: gegevens Data Center Toerisme (DCT)).

Veel banen in de R&T-sector in de Kop van Noord-Holland

In de COROP-regio De Kop van Noord-Holland zijn in 2023 een kleine 3.400 vestigingen (bedrijven) actief in de R&T-sector, die gezamenlijk goed zijn voor 11.480 banen. Het aantal vestigingen kende de afgelopen jaren een stabiele groei van zo'n 4% per jaar, terwijl het aantal banen relatief stabiel is gebleven. Dit betekent ook dat ca. 8-9% van alle bedrijven in de COROP-regio actief is in de R&T-sector. Daarmee is de sector een belangrijke pijler in de regionale economie. Deze percentages liggen redelijk in lijn met het landelijke gemiddelde.

Kaart 1: Overzicht aandeel Duitse overnachtingen per provincie



Tabel 1: Overzicht belang R&T-sector in Kop van Noord-Holland

Jaar	Vestigingen	Banen	R&T-vestigingen van totaal in de Kop	R&T-banen van totaal in de Kop
2019	2.930	11.320	9%	7%
2020	3.070	11.130	9%	7%
2021	3.090	10.960	9%	7%
2022	3.240	11.330	9%	7%
2023	3.390	11.480	8%	7%
JAARLIJKSE GROEI	4%	0%		

Bron: Stichting LISA, verschillende jaargangen

Achterland groter dan men denkt

Hoewel het inwoneraantal van de gemeenten Den Helder, Schagen en Hollands Kroon beperkt is (ca. 150.000), is het achterland op een uur reistijd met de auto best groot. Vanuit Wieringermeer kunnen zowel Amsterdam, Lelystad en Leeuwarden met ongeveer een uur reistijd bereikt worden. Daarnaast kan de toeristische markt van Amsterdam, maar ook de cruiseschepen die aanmeren in Hoorn, Medemblik en Enkhuizen, aangesproken worden, mits het toeristisch product daar voldoende op is afgestemd. De marktpotentie is dus zeker aanwezig.

Iconische landschappen in de Kop

Met het grootste aaneengesloten bloembollengebied van Europa, de Afsluitdijk, drie kustlandschappen als 'gouden rand' (de Waddenkust (Unesco Werelderfgoed), de Noordzeekust, de IJsselmeerkust), de Westfriese Omringdijk en de inpoldering van de Wieringermeer zijn er enkele iconische landschappen (zowel natuurlijk als door de mens gemaakt) aanwezig in de regio. Kernkwaliteiten van deze landschappen zijn onder andere de openheid, het weidse gevoel in het polderlandschap, de doorkijkjes in de lintdorpen en het reliëf op Wieringen¹⁾. Met name internationaal hebben deze landschappen veel aanzien, mede doordat ze het verhaal van Holland vertellen (strijd tegen het water, bloemen, het planologisch ontwerpen van polders). Dit spreekt verschillende niches aan, die bij elkaar opgeteld behoorlijk wat volume hebben. Het is wel belangrijk dat de landschappen zichtbaar en beleefbaar zijn voor

1. Meer informatie over de kernkwaliteiten van het landschap via het rapport 'Bijzonder Provinciaal Landschap' van de provincie Noord-Holland.

bezoekers. **Kaart 2:** Marktbereik vanaf een uur reistijd met de auto vanaf Wieringermeer



Figuur 2: Iconische landschappen in de Kop



Foto's via Visit Kop van Holland

2.3 ...MAAR ER ZIJN OOK ZORGEN

Productiviteit van recreatiewoningen staat onder druk

De productiviteit per plaats betreft het resultaat per aangeboden eenheid (bezetting * prijs). Een dergelijke maatstaf maakt verschillen tussen prestaties van bijv. ondernemers ten opzichte van andere regio's inzichtelijk. Wat opvalt in nevenstaande tabel is dat de productiviteit van recreatiewoningen in de Kop relatief laag is in vergelijking met andere regio's. In deze cijfers zitten ook de omzetten van Texel verwerkt, waardoor in Den Helder, Schagen en Hollands-Kroon de productiviteit waarschijnlijk nog iets lager uitvalt. Het verschil wordt met name veroorzaakt door de gevraagde prijzen, en in mindere mate door de bezettingen. Dit betekent dat het huren van een recreatiewoning in de Kop relatief goedkoop is. De productiviteit van jaarplaatsen en toeristische kampeerplaatsen ligt meer in lijn met de gemiddelden in andere regio's in Nederland. De data in het rapport betreft het jaar 2018, en is daarmee iets verouderd. De huidige omzetten kunnen wellicht iets hoger of lager liggen.

Sterke verschillen in de regio in toeristische kwaliteit van het landschap

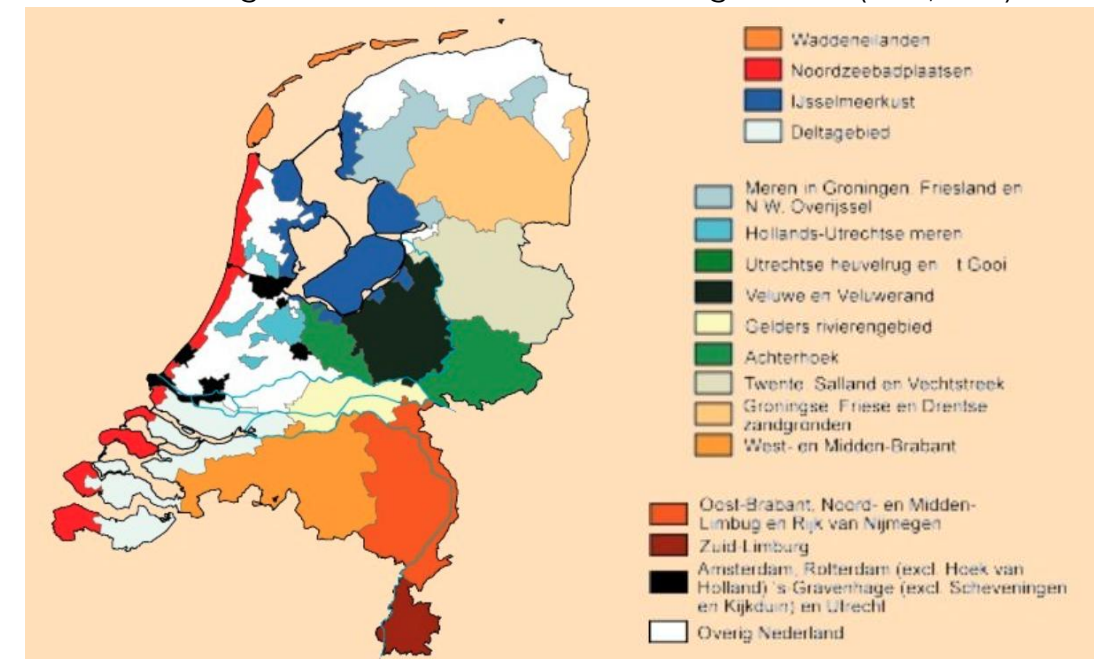
Traditionele toeristengebieden beschikken in veel gevallen over stranden, bossen, heide, heuvels, (natuurlijke) bezienswaardigheden, grote meren en/of stedelijke cultuur. Deze gebieden hebben historisch gezien aantrekkingskracht uitgeoefend op reizigers vanwege hun gevarieerde aanbod van natuurlijke schoonheid en culturele rijkdom. Deze kenmerken zijn in wisselende mate aanwezig in de Kop. Conform de indeling van het CBS valt een groot deel van de regio onder het deelgebied 'overig'. Dit betekent niet dat dit deelgebied geen toeristische potentie heeft, maar wel dat op het terrein van traditionele toeristische dienstverlening en vrijetijdsbesteding een groot deel van dit gebied weinig natuurlijke aantrekkingskracht heeft. Dit kan veranderen door het bestaande landschap beleefbaar te maken.

Tabel 2: Productiviteit eenheden Kop van Noord-Holland

TYPE	NOORD-BRABANT	DRENTHE	ZEELAND	LIMBURG	KOP VAN NOORD HOLLAND
JAARPLAATS	€ 1.608,-	€ 1.171,-	€ 2.046,-	€ 1.542,-	€ 1.985
TOERISTISCHE KAMPEERPLAATS	€ 862,-	€ 696,-	€ 2.040,-	€ 1.398,-	€ 1.488
RECREATIEWONING	€ 12.504,-	€ 17.862,-	€ 21.842,-	€ 20.032,-	€ 14.153

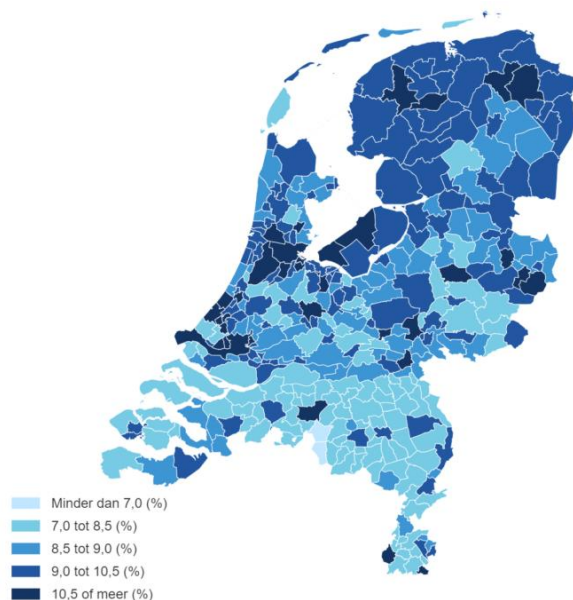
Bron: Rapportage Vitaliteitsonderzoek Kop van Noord-Holland, ZKA (2019).

Kaart 3: Indeling Nederland in toeristische deelgebieden (CBS, 1972)



Personeelstekort, maar ook onbenut arbeidspotentieel

Arbeidstekorten in de recreatieve sector zijn stevig. Tegelijkertijd is het onbenut arbeidspotentieel in de regio fors. Dit zijn mensen die wel of meer willen werken, maar die dat niet lukt. De recreatieve sector biedt mogelijkheden om het onbenut arbeidspotentieel te verlagen door werkgelegenheid te creëren voor o.a. jongeren, seizoenswerkers en mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.



1) als aandeel van de bevolking van 15 tot 75 jaar

Kaart 4: Onbenut arbeidspotentieel naar gemeente, CBS 2021

Netcongestie drempel voor verduurzaming

Overbelasting van het elektriciteitsnetwerk vormt een groeiend probleem. Bedrijven willen verduurzamen door bijvoorbeeld zonnepanelen of elektrische oplaadpunten te installeren. Door netcongestie kunnen zij echter niet altijd toegang krijgen tot voldoende capaciteit op het elektriciteitsnet, wat investeringen in duurzaamheid en uitbreidingsplannen vertraagt.



Legenda

Geel: transportschaarste dreigt; hier geldt een aangepast offerteregime
Oranje: vooraankondiging structurele congestie bij ACM
Rood: structurele congestie; nieuwe aanvragen voor transport worden niet gehonoreerd

Verschillende zorgen bij belanghebbenden

Inwoners maken zich zorgen over toenemende drukte in hun woonplaatsen. Zeker in de kernen langs de kust is het in het hoogseizoen op momenten erg druk met toeristen. Natuurorganisaties zien ook steeds meer dat (kwetsbare) natuurgebieden onder druk staan, o.a. door toenemende drukte. Daarnaast maken ondernemers zich zorgen over veranderingen in wet- en regelgeving, personeelstekorten, gebrek aan opvolging en uitdagingen in de directe omgeving. Deze factoren hebben invloed op hun bedrijfsvoering en toekomstbestendigheid, waardoor zij voorzichtiger zijn in hun vooruitzichten.

ZORGEN MET BETREKKING TOT DE TOEKOMST	
IK MAAK MIJ GEEN ZORGEN OM DE TOEKOMST	24%
WET- EN REGELGEVING	13%
PERSENEELGEBONDEN AANGELEGENHEDEN	13%
OMGEVING VAN MIJN BEDRIJF	11%
HANDHAVINGSBELEID VAN DE GEMEENTE	9%
PERMANENTE BEWONING OP HET PARK	9%
MARKTONTWIKKELINGEN (ONTWIKKELING VAN DE VRAAG, PRIJZEN, CONCURRENTIE, ETC.)	6%
FINANCIERINGSMOGELIJKHEDEN BIJ DE BANK	6%
BEDRIJFSOPVOLGING/VERKOOP BIJ NADEREND PENSIOEN	4%
ANDERS	4%
WEET IK NIET	2%

Kaart 5: Netcongestie naar regio, Bureau Bennex

Tabel 3: Zorgen ondernemers, Vitaliteitsonderzoek 2019.

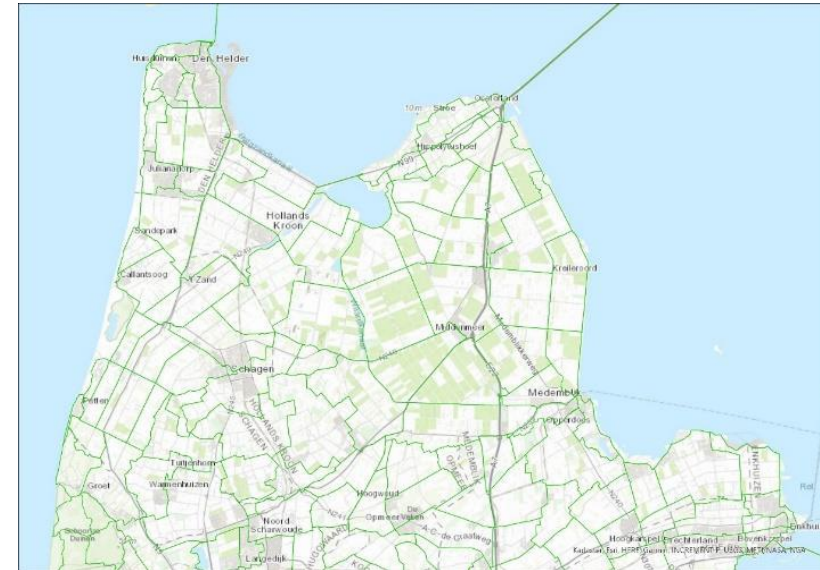
2.4 ANALYSE INFRASTRUCTUUR

Fijnmazig fietsnetwerk aanwezig

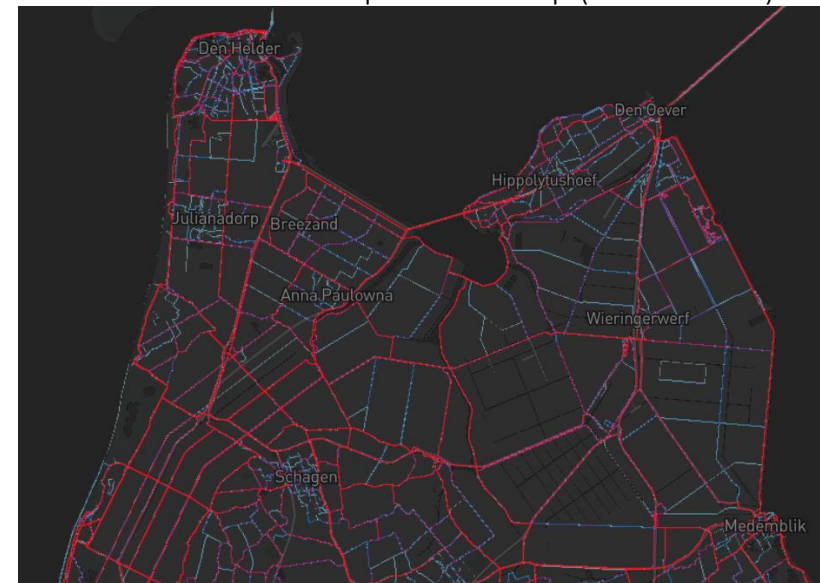
Op de hiernaast afgebeelde kaart zijn de fietspaden weergegeven. Hier is te zien dat het een redelijk fijnmazig netwerk is, waarbij er meer paden van noord naar zuid lopen dan van oost naar west. Daarnaast is op deze kaart te zien dat er geen fietspad direct langs de Waddenkust loopt en slechts ten dele langs de Noordzeekust. Fietzers van Den Helder naar Den Oever worden wat meer via het binnenland gestuurd i.p.v. direct langs de kust. Tot op heden zijn natuurorganisaties niet akkoord gegaan met het infrastructureel ontsluiten van deze gebieden. Er loopt wel een fietsroute aan de landkant van Petten naar Den Helder.

Op de hittekaart rechtsonder is te zien dat veel fietspaden redelijk intensief gebruikt worden. Er lijkt geen sprake te zijn van een echte 'witte vlek'. In deze data zit echter ook het woonwerk verkeer verwerkt, en ommetjes per fiets door inwoners. Desondanks lijkt het erop dat met name de paden aan of nabij de kust en tussen de steden het drukst befietst worden. In het binnenland zijn ook veel fietsmogelijkheden op de landwegen, waar geen fietspaden aangelegd worden. Maar die worden wel veel gebruikt. Inmiddels zijn er ook de nodige gethematiseerde fietsroutes samengesteld (o.a. met input van inwoners, te vinden op <https://visitkopvanholland.nl/doen-beleven/fietsen/>).

Kaart 6: Overzicht fietspadennetwerk de Kop



Kaart 7: Intensiteit fietspaden de Kop (bron: Strava)

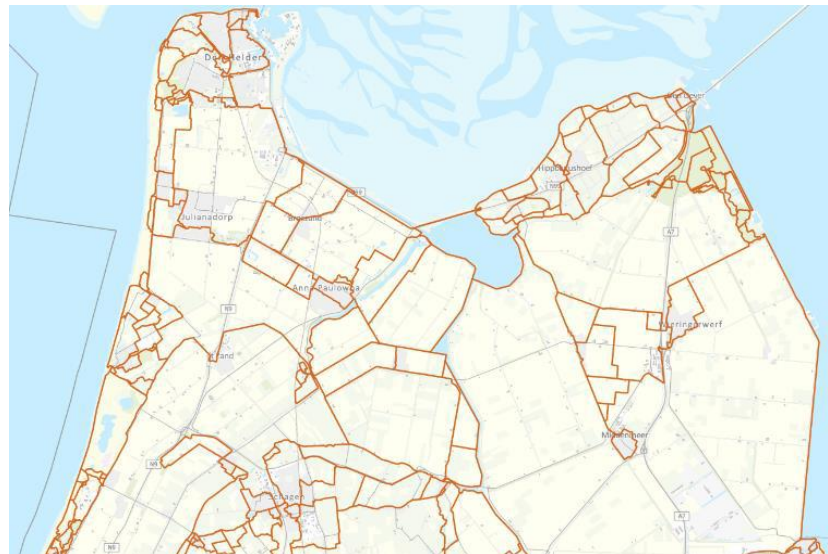


Wandelen met name aan de Noordzeekust en rondom de steden

Op de nevenstaande kaart is het wandelnetwerk weergegeven. Hieruit blijkt dat er rondom de dorpen, steden en langs de kust veel wandelpaden lopen. Wat verder opvalt is dat de wandelpadenstructuur in het binnenland nog erg beperkt is. Rondom Schagen en Wieringen is een aantal wandelroutes te vinden, maar verder zijn er ook nog de nodige 'witte vlekken' zichtbaar. Dit hoeft op korte termijn geen probleem te zijn, maar kan een beperkende factor zijn op het moment dat ondernemers in het binnenland willen investeren in het toeristisch product.

Daarnaast valt op dat er met name veel gewandeld wordt langs de Noordzeekust en rondom de grotere kernen. Hoewel er wel wandelpaden aanwezig zijn, worden de Waddenkust en IJsselmeerkust in mindere mate bezocht door wandelaars. De fysieke infrastructuur is dus wel aanwezig, echter door onbekendheid en het ontbreken van o.a. horecavoorzieningen wordt er weinig gebruik van gemaakt.

Kaart 8: Overzicht wandelpadennetwerk de Kop



Kaart 9: Intensiteit wandelpaden de Kop (bron: Strava)

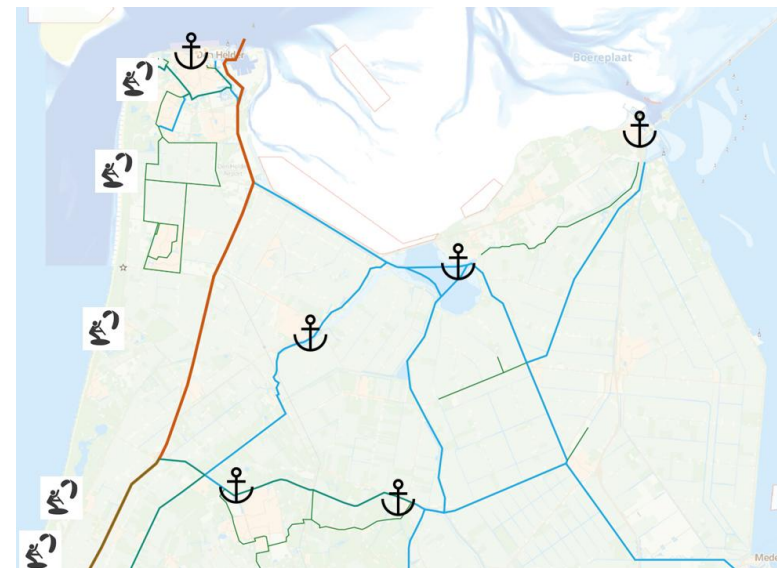


Fijnmazig vaarnetwerk, maar weinig toegankelijk

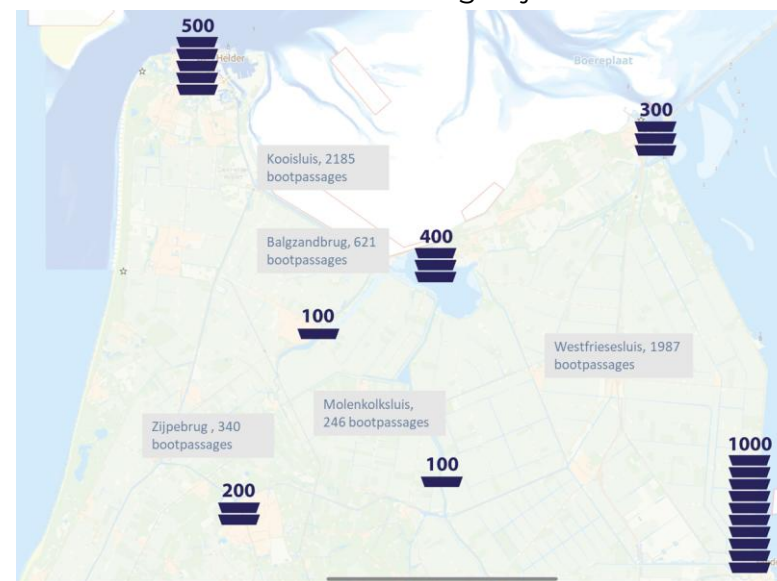
De Kop kent voor de waterrecreatie maar beperkte eenheid. Feitelijk is er sprake van meerdere gebieden en gebruiksvormen, ieder met zijn eigen regionale context:

- ▶ Texel vormt een eigen waterrecreatieomgeving met stranden, stand- en zeilsporten en een haven in Oudeschild die als bestemming op de Wadden geldt. Deze haven vormt eerder een 'familie' met de zeegaande jachthavens van Den Oever en Den Helder.
- ▶ De Noordzeekust heeft vier kitesurflocaties op regelmatige afstand van elkaar, aangevuld met enkele zeil- en surfverenigingen. De Waddenkust speelt voor waterrecreatie feitelijk geen rol, anders dan beperkte hengelsportmogelijkheden en georganiseerde vaartochten vanuit o.a. Den Oever.
- ▶ De IJsselmeerkust, tussen Den Oever en Medemblik, kent geen voorzieningen en ook geen durfsportlocaties. De kernen Den Oever en Den Helder hebben zeegaande havens die een schakel vormen tussen het binnenlandse vaarnetwerk en de (Wadden)zee. Aan het begin van de Afsluitdijk wordt wel veel gekitesurft.
- ▶ Het binnenlandse toervaartnetwerk verbindt via kanalen de kernen deels aan elkaar, met havens in meerdere kernen en de Staande Mastroute als belangrijke doorgaande route via het Noord-Hollands Kanaal. Het kleine onderliggende vaarnetwerk is met name lokaal gericht en ontsloten voor het varen met kleine open bootjes. Wel komen er nog best veel bootjes naar de havens van Schagen en Kolhorn vanuit Alkmaar.
- ▶ Het Amstelmeer vormt feitelijk een aparte en kleinschalige waterrecreatie-omgeving met enkele surf- en zeilscholen, havens, strandjes, bootverhuur, diverse routes en voorzieningen. Het Amstelmeer is vanuit meerdere richtingen aangesloten op het netwerk van vaarwegen, maar vormt tegelijkertijd ook een soort 'waterrecreatie-eiland' in de Kop.

Kaart 10: Overzicht vaarnetwerk de Kop



Kaart 11: Concentraties vaartuigen jachthavens de Kop



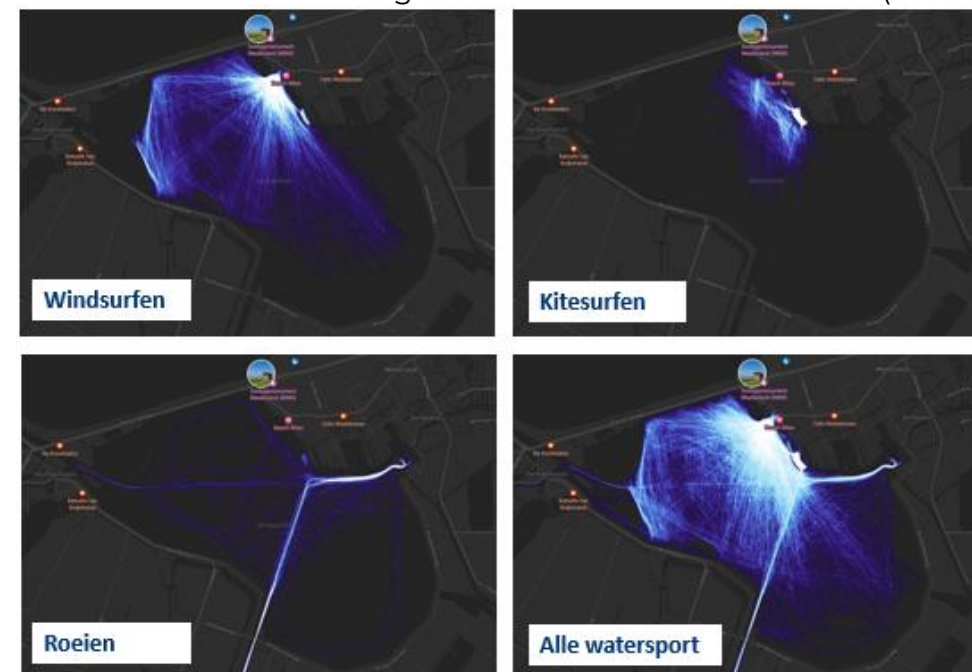
Concentratie van vaartuigen met name aan de randen van het gebied en gericht op open vaarwater. Het gebruik van de sluizen en bruggen is voor de toervaart relatief beperkt.

De versnippering van voorzieningen en mogelijkheden maken ook dat de aandacht voor waterrecreatie beperkt en versnipperd is en in een afweging van belangen soms een minder belangrijke stem kan zijn.

- › De Noordzeekust kent een toenemende druk van verblijfsrecreatie. Natuurwaarden en leefbaarheid vragen om een goede balans. Dit kan bestaand en toekomstig gebruik van stranden voor watersport onder druk zetten
- › Het gebruik van het interne vaarnetwerk met sluizen en bruggen is relatief beperkt voor Nederlandse wateren. Beheer en eigendom is deels provinciaal en deels van het Hoogheemraadschap. Gezien de leeftijd en kwetsbaarheid zijn vervangingen te verwachten, waarvoor financiering onder druk staat. Het bestaande vaarnetwerk is niet zeker behouden voor de toekomst
- › Op het IJsselmeer wordt een groot aantal aanvullende functies voorzien, zoals ruimte voor vogels, voor windmolens etc. Daarmee staat de vrije vaarruimte onder druk op het IJsselmeer,
- › Havens (en afgemeerde vaartuigen) in Schagen, Anna Paulowna, Kolhorn en nabij sluis de Haukes kennen een wat verouderd product en een kwetsbare kwaliteit. Met het huidige aanbod voorzieningen worden onvoldoende nieuwe en jongere gebruikers aangesproken.

Belangrijk voor de Kop is het borgen van de reeds aanwezige voorzieningen en het inzetten op (verbeterde) kwaliteit van deze voorzieningen en het samen met gebruikers (watersportverenigingen, haven-exploitanten, gemeenten) investeren in vernieuwing, verbreding en diversificatie van het aanbod. Daarbij is inspelen op de markt van de toekomst, met open boten, sloepen en verhuur een goede mogelijkheid.

Kaart 12: Intensiteit watergebonden recreatie Amstelmeer (bron: Strava)



Plaatsgebonden waterrecreatie vanaf de oostelijke oever van het Amstelmeer is redelijk intensief, zeker in vergelijking tot de route gebonden vormen van waterrecreatie



3

Waar lopen we
tegenaan?

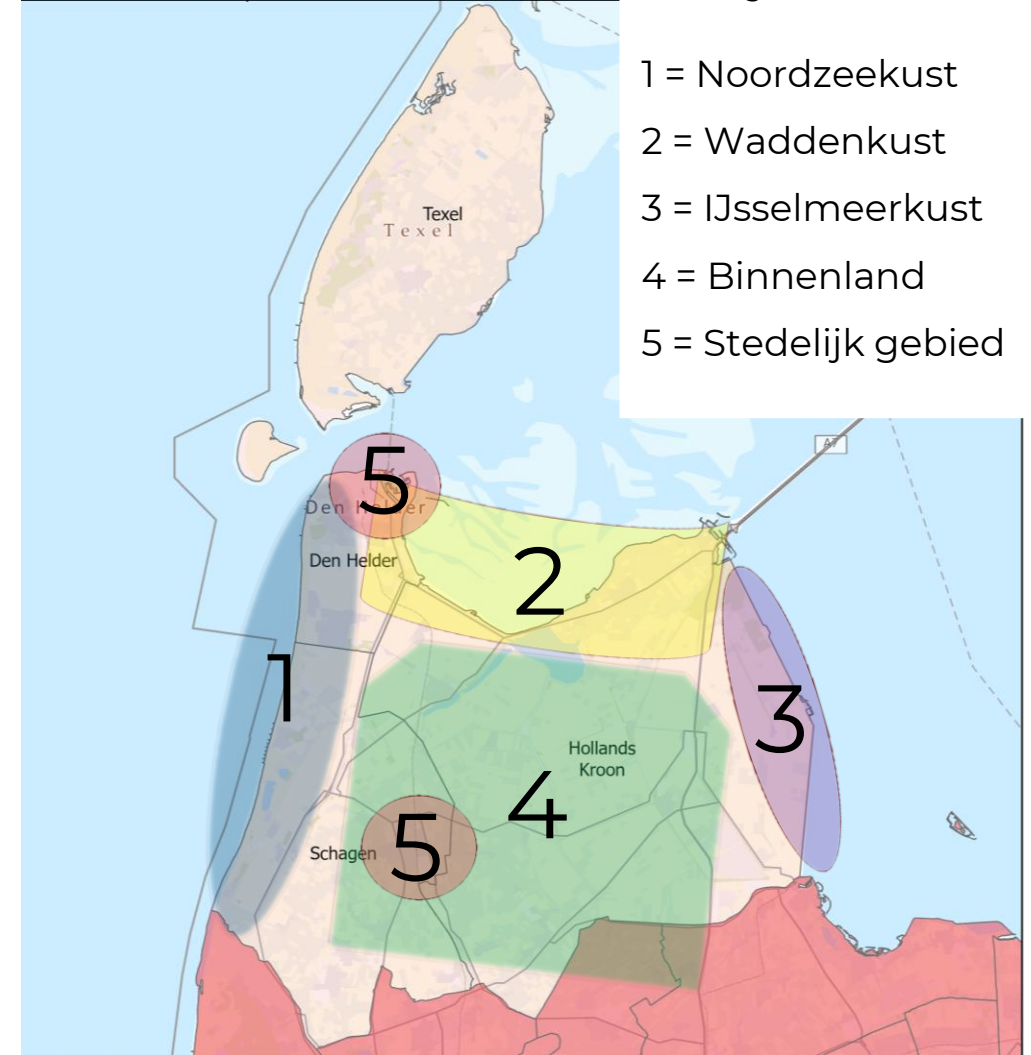
3.1 INLEIDING

Een schiereiland met drie kustlandschappen ('de gouden rand')

De Kop is feitelijk een schiereiland, omringd door drie zeeën: De Noordzee, de Waddenzee en de Zuiderzee (IJsselmeer). De hieraan grenzende kustlandschappen verschillen sterk: zachte duinen en stranden aan de Noordzee, dynamische oevers aan de Waddenzee en harde dijken aan het IJsselmeer. Het binnenland is typisch Hollands met polders, wetlands en eeuwenoude stadjes en dorpen. Landschappelijk is de gelijkenis met Texel groter dan in de beeldvorming. 'De Kop' als eigentijds schiereiland heeft de potentie om uit te groeien tot een bewuste en aantrekkelijke bestemming aan onze kust. In deze paragraaf behandelen we de opgaven die prioriteit hebben in de bestemmingsontwikkeling van de Kop.

In de inleiding is het toeristisch samengesteld product geïntroduceerd. Deze bestaat uit de omgeving, accommodaties en samenwerking. Deze drie onderdelen zijn idealiter van goede kwaliteit en compleet. In vitale en sterke toeristische bestemmingen vormen deze onderdelen een organische eenheid: ze vertonen samenhang en versterken elkaar. Omdat hierbij vele verschillende publieke en private partners betrokken zijn, vraagt dit om nauwe samenwerking op zowel lokaal, regionaal als provinciaal niveau. Op de volgende pagina's worden de belangrijkste opgaven voor de drie onderdelen van het samengesteld product per deelgebieden geanalyseerd. Het onderdeel 'samenwerking' analyseren we 'Kop-breed'. Deze analyse leidt uiteindelijk tot enkele hoofdopgaven, die in de afsluitende tabel van deze paragraaf te vinden is. In de daaropvolgende hoofdstukken volgen de kansen en de acties.

Kaart 13: De Kop van Noord-Holland en de deelregio's



3.2 OMGEVING EN ACCOMMODATIES

Noordzeekust

Brede stranden, uitgestrekt en eenzijdig achterland

Aan de Noordzeekust hebben de brede stranden en (smalle) duinlandschappen een grote aantrekkingskracht op toeristen, ook uit Duitsland. Dit is zonder twijfel de 'magneet' van de Kop. De kustplaatsen vertonen echter weinig variatie, mede door de eenvormige naoorlogse stedenbouw. In het verleden waren bv. Callantsoog en Huisduinen eilanden. Denkbaar is om deze eilandidentiteit van de kustplaatsen nieuw leven in te blazen door deze landschappelijk zichtbaar te maken of tenminste stedenbouwkundig meer te benadrukken.

In de duinzoom is veel landbouw, met name de toeristisch aantrekkelijke bollenvelden, al zijn deze maar enkele weken per jaar beleefbaar. Verder heeft het polderlandschap een open karakter, met weidse uitzichten, maar is daardoor ook onbeschut ('fietsen tegen de wind in'). Dat geldt ook voor de natuurgebieden/ wetlands, die vaak recreatief niet of weinig ontsloten zijn en matig beleefbaar. Dit sluit ook sterk aan bij de woorden in de visie verblijfsrecreatie NHN over de Noordkust omgeving, waarin wordt gesproken over de relatief lage belevingswaarde van het directe achterland (bron: Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord, 2017).

Veel bungalows en appartementen, weinig dagrecreatie

De toeristische verblijfsaccommodaties zijn sterk geconcentreerd op en aan de Noordzeekust. Deze zijn eigentijds en ogen kwalitatief op orde, maar het aanbod is en/of wordt wel steeds eenzijdiger: bungalows en

appartementen domineren het beeld. Dit type logies is de afgelopen jaren sterk in aantallen toegenomen. Dit wordt onder andere veroorzaakt door het verdienmodel van vastgoedpartijen, die dit type accommodaties relatief gemakkelijk kunnen splitsen en verkopen aan particuliere beleggers. De accommodaties worden dan verhuurd door partijen als Roompot (gaat tegenwoordig verder onder de naam Landal), Landal of Europarcs, waardoor deze professioneel in de markt worden gezet en een heel redelijke bezetting halen. De parken voeren over het algemeen een lage kosten strategie gericht op schaal en efficiency. De productiviteit per eenheid is dan ook relatief laag. Een ander deel van het particuliere bungalow- en appartementenaanbod vindt zijn weg naar de toerist via lokale verhuurkantoren, met vaak een sterke focus op de Duitse markt. Dit is best typisch voor deze regio en vergelijkbaar met de verhuurkantoren op bijv. Schouwen-Duiveland.

Behalve het strand kent de Noordzeekust nauwelijks dagrecreatieve trekkers. Het aanbod is kleinschalig en weinig authentiek. Attracties zijn bijvoorbeeld een klimpark, strandactiviteiten, avonturenpark met bloembollenboemel, midgetgolf/ trampolines, een klein speelpark, fraai fort of juttersmuseum. Het aanbod is divers, sluit aan bij eenvoudige familievakanties, maar heeft geen autonome aantrekkingskracht. Met de ontwikkeling van het Experience Center van Pallas in Petten komt er op termijn wel een dagattractie van enige schaal bij.

IJsselmeerkust

Toeristisch nog (te) weinig ontwikkeld, maar ook weinig kansrijk

De IJsselmeerkust heeft een 'harde' uitstraling en het directe achterland biedt weinig recreatieve opties. De toeristisch-recreatieve potentie daarvan is beperkt. De bosgebieden aan de zuidzijde van Den Oever en de A7 vormen een landschappelijke uitzondering. De uitdaging is om de IJsselmeerkust op termijn leuker en aantrekkelijker te maken, bijvoorbeeld door het toevoegen van nieuwe, footloose dagrecreatie en/of waterrecreatie (bv. gebied rondom de Oude Zeug). Verblijfsaanbod is hier momenteel niet of nauwelijks aanwezig.

Stedelijk gebied

De moeite waard om te bezoeken, vooral gericht op eigen inwoners

In de regio zijn Schagen en Den Helder de belangrijkste toeristische steden. Potentieel is de recreatieve waarde hiervan de moeite waard, zeker ook gezien de boeiende (cultuur)historie van beide steden, maar de bestaande, stedelijke voorzieningen en musea zijn nog te weinig toeristisch ontsloten. Deze zijn met name gericht op de eigen inwoner en de omliggende regio en hebben toeristisch gezien weinig trekkracht, hoewel verblijfs gasten aan de Noordzeekust beide steden in toenemende mate wel weten te vinden.

Accommodaties op orde en weinig onderscheidend

In Schagen en Den Helder zijn enkele hotels gevestigd, waarvan sommige ook hoogwaardig van kwaliteit. De totale capaciteit ervan loopt echter wat achter bij die van andere toeristische regio's, mede doordat er geen

grootschalige ketenhotels aanwezig zijn in beide steden. Met name in Den Helder worden de hotels voor een aanzienlijk deel ook gebruikt voor een zakelijk verblijfsmotief (offshore). Daarnaast geeft de ontwikkeling van Willemsoord in Den Helder als culturele uitgaansplek een boost aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van dit gebied. De dagrecreatie in de steden (bioscoop, escape room, theater, bowling) zijn meestal vooral geschikt voor de lokale/regionale bevolking. Horeca en musea zouden hier sterker kunnen inspelen op het aanwezige toerisme.

Binnenland

Rationaal ingericht, potentieel aantrekkelijk

Het grootste deel van het binnenland bestaat uit agrarisch gebied, met weinig natuurlijke toeristische aantrekkingskracht. Wel zijn er met de bloembollenvelden en, het polderlandschap enkele iconische landschappen aanwezig die het nodige publiek aanspreken. Het voormalige eiland Wieringen is landschappelijk aantrekkelijk en geschikt voor extensieve vormen van toerisme en recreatie (fietsen, wandelen, surfen en meer daghoreca), maar ook de dorpen in de Westfriese omringdijk zijn aantrekkelijk. Daar ligt wel een direct aanknopingspunt voor verdere ontwikkeling.

In het binnenland zijn ook enkele oude vaarwegen met gebruiksmogelijkheden voor waterrecreatie. De onderlinge afstanden zijn relatief groot en de intensiteit van het gebruik door meerdaagse toervaarders is beperkt. Verrijking van het vaarnetwerk met kleinere vaarwegen en meer rondjes vraagt om nader onderzoek. Plaatselijk zijn er (potentieel) aantrekkelijke havenplaatsjes, die nu beperkt benut worden. Veel bruggen kunnen niet of beperkt open en de vaarwegen zijn langgerekt en eentonig. De sluizen vragen om onderhoud, maar dit heeft vanuit de beheerder weinig prioriteit. Vrijwilligers spelen hier dus een belangrijke rol, maar dit komt de continuïteit niet ten goede. De ontwikkeling en het (toeristisch) onderhoud en beheer van waterrecreatie ligt grotendeels bij de gemeenten, die echter te kampen hebben met een tekort aan expertise, capaciteit en financiën. Bovendien zijn er tot op heden nauwelijks ondernemers die kansen zien voor meer grootschalige ontwikkelingen binnen de waterrecreatie.

Met name chaletparken en kleine (dieren)attracties

In het binnenland zijn er een aantal kleinschalige campings, vaak gecentreerd rondom kamperen bij de boer. Daarnaast zijn er een aantal (grote) kampeerterreinen, veelal omgebouwd tot chaletparken. Deze zijn beperkt in toeristisch gebruik en worden vooral bezet door vaste gasten uit het omliggende stedelijke gebied of uit Duitsland. In een enkel geval wordt hier ook permanent gewoond of wordt de accommodatie gebruikt door arbeidsmigranten en is de recreatieve waarde dus verloren. Desondanks laat Campingpark Capfun de Bongerd in Tuitjenhorn zien dat dit deelgebied kansen biedt aan kwalitatief goede bedrijven met

onderscheidend vermogen en veel voorzieningen. De dagrecreatie in het binnenland is heel beperkt. Het gaat meestal om kleine attracties, vaak gericht op dieren (eendenkooi, vlindertuin, zeehonden), zoals het Van Blanckendaelpark en Hoenderdaell. Hoenderdaell is een grotere attractie en heeft al meerdere jaren de prijs van de ANWB voor het beste uitje gewonnen.

3.3 ORGANISATIE

Organisatie is versnipperd en weinig slagvaardig

De beperkte organisatiegraad binnen de Kop was een van de conclusies uit de Regionale Visie Verblifsrecreatie Noord-Holland Noord (2017). Hier worden wel stappen gezet, bijvoorbeeld op het gebied van gezamenlijke gebiedsmarketing. Deze moest opnieuw ontwikkeld worden vanwege het stopzetten van de destiniatiemarketing door het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord (Holland boven Amsterdam). De focus is daarmee van Noord-Holland Noord verschoven naar de promotie en toeristische marketing van de eigen regio. Het platform Visitkopvanholland.nl is in 2024 gelanceerd (met bijbehorende uitagenda en nieuwsbrief). In deze campagnes is o.a. aandacht voor themalijnen en het volgen van routes door de regio. De verbindende fietspaden zijn echter nog weinig beleefbaar (beschutting, attracties, servicepunten etc.).

Op gemeentelijk niveau is door de Ondernemersfederatie Schagen (sector R&T) de toeristische app 'strand & land' in de markt gezet en wordt een promotiemagazine uitgegeven. Vanuit Den Helder is Citymarketing Den Helder actief met als doel het promoten van de gemeente Den Helder. Deze promotie is echter met name gericht op de eigen gemeente en ook bescheiden van omvang. Verder valt op dat de binnenlandse attracties matig verbonden zijn (ook niet online) met de accommodaties aan de Noordzeekust. De onderlinge samenwerkingen tussen de toeristische afdelingen van de ondernemersfederaties in Schagen, Den Helder en Hollands Kroon verkeert in de opstartfase. Een gezamenlijke en meer samenhangende regio-organisatie, die opereert op het mesoniveau, ontbreekt in de Kop, zeker in vergelijking

met het goed georganiseerde Texel. Op Texel is bijvoorbeeld een Toeristisch Ontwikkelfonds (STIFT) actief om met een jaarlijks budget van zo'n € 550.000,00 toeristisch-recreatieve initiatieven met een maatschappelijke spin off te bevorderen. Een dergelijke organisatie ontbreekt in de Kop, waardoor het lastig is om op mesoniveau gebiedsontwikkelingen te realiseren. Nu wordt er nog te veel naar gemeenten gekeken. In Schagen lopen gesprekken voor het opzetten van een Toeristisch Investeringsfonds (STIS), maar in het algemeen is de rol van ondernemers in de brede gastvrijheidssector bij collectieve belangen nog te beperkt en vaak met name op de lokale situatie gericht. Het is ook de vraag of ondernemers in staat en/of geïnteresseerd zijn om meer grootschalige gebiedsgerichte ontwikkelingen (dus niet louter projectmatig) in de Kop aan te jagen. Gebiedsontwikkeling is echter wel een belangrijke randvoorwaarde om de Kop als aantrekkelijke bestemming met voldoende afwisseling en variatie een stap verder te brengen.

Op het gebied van dataverzameling zijn met name de VVV Texel en City Marketing Den Helder vergevorderd. Hier is veel kennis en kunde in huis. De kennis blijft echter beperkt tot de eigen gemeente. Een Kop-brede aanpak op het gebied van dataverzameling ontbreekt vooralsnog.

3.4 CONCLUSIES OVER DE OPGAVEN

De omgeving heeft potentie

Met de Wadden (UNESCO Werelderfgoed en de gouden rand), de boeiende cultuurhistorie, het grootste aaneengesloten bollengebied van Europa, de Afsluitdijk en het polderlandschap heeft de regio unieke landschappen en toeristische aantrekkingskracht om het verhaal van Holland te kunnen uitdragen. Het potentieel voor een voldoende afwisselende en gevarieerde omgeving is aanwezig, maar het populaire kusttoerisme in de Kop heeft nog weinig verbindingen met het achterland. Echter, er is ook veel (grootschalige) landbouw aanwezig en natuurgebieden zijn beperkt ontsloten. Hoewel recreatief medegebruik wellicht mogelijk is, zal het altijd ondergeschikt zijn aan het behoud van de landbouwproductie en natuurbescherming die hier centraal staan. Bovendien zal de strijd om de ruimte alleen maar toenemen, gezien de behoefte vanuit andere sectoren, zoals woningbouw, energietransitie en economische bedrijvigheid. Dit vraagt dus om creatieve oplossingen en een integrale benadering, zodat koppelkansen vanuit diverse sectoren benut kunnen worden.

Standaard verblijfsaanbod, bescheiden dagrecreatieve faciliteiten

De verblijfsaccommodatie in de Kop, met name aan de kust, loopt erg goed. Een groot deel is sterk vastgoed gedreven en mede daardoor weinig divers. Hotelaanbod blijft achter en de kampeerterreinen staan onder (vastgoed)druk. De parken in het binnenland zijn vaak in gebruik als tweede woning en de recreatieve faciliteiten zijn vooral afgestemd op de lokale/regionale bevolking. Tevens is een betere verbinding tussen de Noordzeekust en de rest van de Kop een uitdaging, zowel op fysiek vlak

qua (recreatieve) infrastructuur, maar ook digitaal is dit een lastige verbinding. Met de Kopmarketing worden wel stappen gezet, maar uiteindelijk gaat het ook om de bereidheid van individuele ondernemers om informatie over andere dagrecreatieve bedrijven en routes op hun websites weer te geven.

In organisatie valt in de Kop nog veel te winnen

Met de oprichting van Visit Kop van Holland, de website en de intentie om tot een DMO te komen, zijn op promotioneel gebied stappen in de goede richting gezet. Voor het marketingperspectief kan Texel als praktisch en inspirerend voorbeeld dienen, maar ook andere marketingorganisaties bieden lessen op het gebied van een verdere professionalisering. Zo heeft Limburg Marketing zich de afgelopen jaar sterk ontwikkeld tot DMO voor Noord- en Midden-Limburg, met een professionele organisatie en verschillende samenwerkingsverbanden. En ook Zuidwest-Friesland is een goed voorbeeld van gebiedsmarketing met een krachtige VVV Waterland van Friesland. Maar wil de Kop stappen maken als bestemming en toeristisch merk, dan zou moeten worden gestreefd naar een professionalisering van de gebiedsontwikkeling en -financiering. Dit wordt ook in het rapport Bewuste Bestemming Noord-Holland Noord als een van de belangrijkste opgaven benoemd. Een organisatie die op mesoniveau opereert om gebiedsontwikkelingen aan te jagen is hierbij essentieel, waar ondernemers nauw bij betrokken moeten zijn. Het is belangrijk dat een stevige publiek-private samenwerking tot stand komt met voldoende slagkracht en continuïteit. Het economische en maatschappelijke belang van de R&T-sector voor de Kop rechtvaardigt dit ook.

3.5 SAMENVATTENDE TABEL

Tabel 4: Samenvatting opgaven Kop van Noord-Holland

(Deel)regio	Opgaven	Kansen
De Kop	• Fijnmaziger routestructuur met meer beleving is nodig voor zowel eigen inwoners als toeristen. • Beter benutten en zichtbaar maken van het landschap en de cultuurhistorie in publieke ruimte • Benutten onbenut arbeidspotentieel voor personeelstekort • Beperkte mogelijkheden voor gebiedsgerichte ontwikkelingen op mesoniveau	
Noordzeekust	• Onbenut potentieel kustplaatsen (weinig onderscheidend) • Beperkte recreatieve ontsluiting duinzoomgebied. • Weinig diversiteit verblijfsaanbod	
Waddenkust	• Waddengebied beperkt toegankelijk en beleefbaar • Vaar netwerk weinig toegankelijk	
IJsselmeerkust	• Harde uitstraling dijk, beperkte toegankelijkheid en beperkte R&T-mogelijkheden	
Stedelijk gebied	• Schagen en Den Helder nog een te beperkte rol in de bestemming de Kop • Relatief weinig verblijfs capaciteit • Ontbreken van dagattractie(s) met bovenregionale aantrekking	
Binnenland	• Benutten van koppelkansen bij de transitie van de agrarische sector • Beperkte verbinding tussen Wieringen en de rest van de Kop	



4 Welke kansen liggen er?

4.1 INLEIDING

Kansen voor (ont)spannende recreatie in de Kop

In het vorige hoofdstuk is uit de cijfers gebleken dat het qua overnachtingsaantallen eigenlijk heel goed gaat met de Kop, maar dat er nog wel op verschillende fronten uitdagingen liggen voor de ontwikkeling van toerisme en recreatie. Inzoomend op de deelgebieden in de Kop en kijkend naar relevante trends en ontwikkelingen (zie bijlage 2) is te zien dat er nog veel kansen zijn voor bestemmingsontwikkelingen van de Kop van Noord-Holland. In tegenstelling tot Texel is er in 'de Kop' op diverse plekken (bijvoorbeeld in het binnenland of bij het Amstelmeer) namelijk nog ruimte voor ontwikkelingen.

In dit hoofdstuk zijn de kansen beschreven die er liggen in de Kop voor het (door)ontwikkelen van toerisme en recreatie. Ook wordt gekeken naar de mogelijkheden om het seizoen te verbreden en mogelijk in te zetten op jaarrond recreatie in de Kop. Per deelgebied wordt gekeken naar welke ontwikkelingen mogelijk en passend zijn en is er aandacht voor de verbinding tussen de deelgebieden. De beschrijving van deze kansen worden ingevuld in de afsluitende tabel. In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op welke concrete acties nodig zijn om de kansen te verzilveren.



4.2 OMGEVING EN ACCOMMODATIES

Noordzeekust

Versterken identiteiten kustplaatsen

Een grote kans voor de kustplaatsen in de Kop is om in te zetten op de eigen onderscheidende profielen, aansluitend bij de aanbevelingen uit het rapport Keuze aan de Kust van IMA over de identiteiten van de Noord-Hollandse kustplaatsen. Enkele kustplaatsen, zoals Callantsoog en Huisduinen, waren oorspronkelijk eilanden. Deze oude eilandvorm is dan ook een mooi uitgangspunt voor de profilering van deze plaatsen. Op korte termijn kan in de informatie en aankleding van het aanbod de verhaallijn worden benadrukt. Denk alleen al aan een menukaart waarop de oude contouren van het eiland (bijvoorbeeld het verdronken eiland 't Oghe) staan afgedrukt.

Op lange termijn kan in landschappelijke en stedenbouwkundige plannen meer aandacht komen voor de oude eilandstructuur (bijvoorbeeld in Breda hebben ze een Spinola route opgezet, waar elementen van de belegering door Spinola nog terug te zien. Een ander voorbeeld is de markering van de brandgrenzen en vuurlinies in de tweede wereldoorlog, zoals in Rotterdam en Nijmegen). Ook het versterken van de dorpsharten zou onderdeel moeten zijn van het herstellen van de identiteit van de kustplaatsen, bijvoorbeeld het versterken van het dorpshart in Julianadorp of Petten waar door kustversterking een nieuwe situatie is ontstaan.

Verbind achterland via beleving en natuurontwikkeling

Om de fiets- en wandelroutes spannender te maken en meer verbinding te creëren tussen het achterland en de kust, is het kansrijk om de natuur- en landbouwgebieden in de duinzoom te ontwikkelen met meer

recreatief medegebruik. Onderdeel hiervan is ook het opwaarderen van de noord-zuid verbinding van Petten naar Den Helder, zoals ook beschreven in de samenwerkingsagenda Samen op Kop en aansluitend op de mobiliteitsopgave in de regio. Dit kan ontwikkeld worden tot een kust boulevard die zowel de duinen als de polder accentueert in beleving en wat een vrij liggend fiets- en wandelpad bevat. Langs deze boulevard zouden een aantal west-oost knooppunten toegevoegd kunnen worden, om ook de verbinding met het achterland te versterken. Daarnaast liggen er ook kansen voor natuurontwikkeling met in relatie tot nieuwe landgoederen. Particulieren kunnen hierbij een nieuw landgoed ontwikkelen, waar natuur op het terrein ontwikkeld wordt, maar ook openstelling voor recreatie een voorwaarde is. Er zijn diverse subsidiemogelijkheden (onder voorwaarden), zoals Kwaliteitsimpuls Natuur en Landschap (SKNL).

Verbinden van aanbod door communicatie

Op korte termijn zou online maar ook bij de balies van de hotels en parken meer promotie voor uitstapjes naar attracties, evenementen en steden in de Kop moeten worden georganiseerd. Geen kleine leaflets, maar campagnematige posters met concrete aanbiedingen. En aanvullend zou elk voorjaar een regiosafari georganiseerd kunnen worden voor alle front-office medewerkers langs een aantal dagrecreatieve trekkers. De medewerkers krijgen uitleg over (de verhalen van) het gebied en over het aanbod zelf. Dit zou in de toekomst door een regionale marketingorganisatie georganiseerd kunnen worden of mogelijk tijdelijk vanuit Citymarketing Den Helder.

Diversiteit in accommodaties belangrijk

Wil de Kop een complete bestemming worden, dan is een divers en vitaal aanbod aan verblijfsaccommodaties belangrijk. Het ontwikkelen van meer hotels, bijzondere groepsaccommodaties en (natuur)campings is hierbij erg kansrijk, mits de markt hier ook potentie in ziet. Dat begint met vitalisering van het aanbod en ruimtelijke ordening (juiste ontwikkeling op de juiste plaats), waarbij we kritisch zijn op de ontwikkeling van verroompottisering en keuzes waar mogelijk verankeren in omgevingsplannen. Maar ook de keuze van de juiste initiatiefnemers kan daarbij helpen. Niet projectontwikkelaars, maar recreatie- en hotelondernemers zouden moeten worden gestimuleerd of zelfs geworven. De regio Noord-Holland-Noord blijft inzetten op het versterken en verbeteren van de kwaliteit van de verblijfsrecreatie. Via gebieds-ontwikkeling kan nieuwe verblijfsrecreatie een rol spelen bij het verfraaien van het kustlandschap. De eilandenstructuur kan op enkele sleutelplekken teruggebracht worden met een beleefbaar nollenlandschap, kwelwater, duingebieden, afgewisseld met polders, cultureel erfgoed en speelnatuur (bron: Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord, 2017).

Waddenkust

Het Wad als overgangsgebied tussen dynamische kust en zee

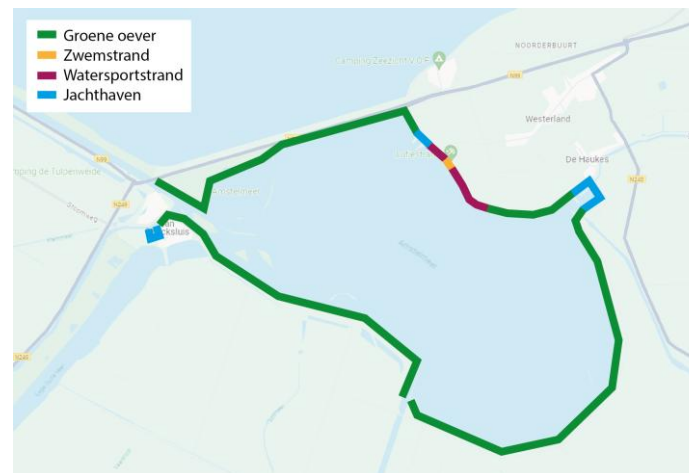
Het Waddegebied in de Kop heeft veel recreatieve potentie. Dat begint bij de perceptie van het Wad; niet langer als een harde grens, maar als een overgangsgebied, waarbij natuurgerichte vormen van recreatie de beleving kunnen versterken. De vogelrijkdom kan de Wadden voor bepaalde natuurliefhebbers concrete belevingswaarde geven. Maar ook recreatieve routes langs het wad versterken de beleefbaarheid van het gebied, zoals beoogd wordt in het gebiedsprogramma Waddenbaai.

ANALYSEDOCUMENT

Gesprekken met terreinbeherende organisaties zijn hierbij van cruciaal belang. Een alternatief is om de recreatieve waarde te versterken door bruggen aan te leggen naar Balgzanddijk, maar dit biedt minder beleving dat een route langs de Waddenzee.

Amstelmeer: watersport 'eiland'

Het Amstelmeer vormt een potentieel krachtige watersportomgeving die vraagt om verdere ontwikkeling. Het gebied is beperkt ontsloten, de voorzieningen richten zich met name op vaste gasten en lokale gebruikers en er is nauwelijks positionering als veelzijdig en ruim watersportgebied met mogelijkheden voor windsurfen, kitesurfen (te ontwikkelen), zeilen, sloepvaren en oeverrecreatie. Het Amstelmeer vraagt om een masterplan recreatieve ontwikkeling, waarbij oevers en water worden verkend op mogelijkheden, beleidsmatige ruimte, eigendommen, beperkingen vanuit natuurwaarden en kansen voor nieuwe doelgroepen en nieuwe gebruiksvormen (zoals e-foilen). Wij zien het Amstelmeer als onontdekte parel, nabij de noordelijke Randstad, met wind, ruimte en mogelijkheden om doelgroepen te bedienen en te scheiden waar nodig.



Kaart 15: Bestaand gebruik oevers Amstelmeer.

Oevers van het Amstelmeer bieden kansen voor verdere recreatieve ontwikkeling.

De Afsluitdijk aantrekkelijk voor specifieke doelgroep

Ten slotte, heeft ook de Afsluitdijk toeristische aantrekkelijkheid voor een specifieke doelgroep, dankzij zijn unieke staaltje van Nederlandse ingenieurskunst. Met zijn wereldwijde bekendheid binnen een specifieke niche, biedt de Afsluitdijk een bestemming voor bezoekers die geïnteresseerd zijn in innovatieve waterbouwkundige projecten. Verbinding met het meerjarige programma 'ZuiderZeeWerken: al 100 jaar, nog 100 jaar' van de gemeente Hollands Kroon is kansrijk.

Den Oever als vissersdorp op de kaart zetten

Daarnaast heeft Den Oever ook toeristisch-recreatieve potentie als dorp met een mooie (vissers)haven en als scharnier tussen de Afsluitdijk, Wadden, Zuiderzee en Wieringen. Hier liggen kansen voor nautisch toerisme en visgastronomie (bijvoorbeeld zoals in Stellendam met diverse visrestaurants en vishandels in en rondom de haven). Vanuit de regio wordt ingezet om het dorp verder te ontwikkelen op toeristisch-recreatief vlak, waarbij het kansrijk is om de koppeling te maken met het Visserij Ontwikkelplan.

IJsselmeerkust

Landbouw met recreatief medegebruik

De IJsselmeerkust is nog vooral een grote dijk en in het kader van de kustveiligheid is dat moeilijk te veranderen. Toch zijn er wel, op beperkte schaal, kansrijke opties. Zo wordt in de Kustvisie IJsselmeerkust de ambitie uitgesproken om de kustlijn te ontwikkelen als durfsportlocatie. Ook liggen er kansen voor het ontwikkelen van aanlegplaatsen bij Haven De Oude Zeug, om dit gebied ook bereikbaarder te maken vanaf het water. Het aantrekkelijk maken van de omgeving door het vergroten van de

belevingswaarde (i.c.m. natuurontwikkeling, of juist het verbreden van de landbouw functie, etc.) is ook kansrijk. Een onderzoek naar de mogelijkheden voor (kleinschalige) verblijfsrecreatie langs deze kust is ook een kansrijke optie.

Stedelijk gebied

Ontwikkelen stedelijk toerisme in Den Helder

Den Helder is de grootste stad van de Kop en heeft diverse musea, winkels, horecagelegenheden en evenementen als Sail. Om van Den Helder een aantrekkelijke dagbestemming te maken als grootste stad van de regio is het belangrijk om in te zetten op dit stedelijk toerisme. Willemsoord, met zijn culturele voorzieningen, horeca en detailhandel, biedt hier veel potentie voor. Maar ook de verbinding met Schagen is aantrekkelijk, bijvoorbeeld door een stedentrip arrangement.

Seizoensverbreding in Schagen

Schagen beschikt over een gezellig historisch centrum met onder andere de muziektuin, de Westfriese markt, De Grote Kerk met de horeca eromheen en het Makadocentrum, een oud slot en een museum met verhalen over de streek. Als dit stedelijke culturele aanbod meer gericht zou worden op toerisme kan de horeca en de retail van Schagen goed inspelen op die bezoekersstromen en krijgt dit aanbod ook weer eigen, autonome aantrekkingskracht (bekendheid). Ook zou het ontwikkelen van kleinschalige stedelijke dagattracties, bij voorkeur geschikt voor slechtweer, de aantrekkingskracht bevorderen. Hierbij kan gedacht worden aan een combinatie van een informatiepunt en museum. Met als doel om Schagen als dagbestemming op de kaart te zetten: een leuke combinatie tussen winkelen, horeca en cultuur snuiven, ook buiten het hoogseizoen om.

Binnenland

Bloembollen en verhalen over de polders

Een groot deel van de Kop is agrarisch buitengebied en de agrarische sector heeft dan ook een belangrijke positie. Voor de agrarische sector liggen er wel kansen om activiteiten in deze sector ook te verbreden naar toerisme en recreatie, middels uitbreidingen en nieuwe kleinschalige initiatieven bijvoorbeeld bij vrijkomende agrarische bebouwingen (VAB's). Dit is ook nodig vanuit een gebrek aan bedrijfsopvolging, schaalvergroting (waardoor kleine bedrijven neveninkomsten zoeken) en afwegingen over verdien capaciteit per hectare. De intentie blijft wel dat de regio het grootste aaneengesloten bloemenbollengebied blijft, vanwege de toeristische aantrekkingskracht van dit gebied. Dit kan gekoppeld worden aan de ontwikkeling van het landschap, lokaal ondernemerschap en recreatief medegebruik bij natuurontwikkeling.

Verbindingen Wieringen en Wieringermeer en de rest van de Kop

Het voormalige eiland Wieringen biedt een toeristisch-recreatief aantrekkelijke omgeving: het is een voormalig eiland, is glooiend en er zijn kronkelende weggetjes met haagbeplanting (de 'holle weggetjes' van Wieringen). Het is nu al plezierig om er te fietsen of wandelen. Het is dan wel belangrijk dat het verhaal van Wieringen beter zichtbaar en beter

beleefbaar wordt in het landschap. Ook de Wieringermeer, een vrij jonge polder, heeft de potentie om zich te ontwikkelen. Hier liggen met name kansen op het gebied van agrotourisme, om dit polderlandschap ook toeristisch-recreatief aantrekkelijk te maken. Bijvoorbeeld door het creëren van boerenrustpunten. Het leggen van de verbinding met de rest van de Kop is van groot belang, zodat deze landschappelijke iconen beter bekend en bezocht worden.

Recreatieve infrastructuur

Basis op orde en verbinden

Voor het fietsen en wandelen is het belangrijk dat allereerst ingezet wordt op het op orde maken van de basis. Goed onderhoud van de paden en het zorgen voor passende (horeca)voorzieningen langs de routes is hierbij belangrijk. Dit is een essentiële randvoorwaarde voor een verdere recreatief-toeristische doorontwikkeling. Daarnaast is het kansrijk om het binnenland middels wandelroutes door het agrarische landschap en het duingebied te verbinden met de kustgebieden in de Kop. Door hier thematische routes voor te ontwikkelen krijgen deze routes meer aantrekkingskracht en worden de verblijfgasten verleid om ook een dagje het binnenland te ontdekken op de fiets of te voet.

Netwerken voor sloepvaren

De belangrijkste en meest laagdrempelige groeiemarkt voor de waterrecreatie is de sloepenmarkt, waar verhuur en gebruik van eigen vaartuigen vraagt om kleinschalige vaarcircuits van 1 à 2 uren, naar voorbeeld van Rondje Waarland. Op die wijze wordt sloepvaren (potentieel) een onderdeel van een meerdaags verblijf aan het strand of in het achterland. Het grotere toervaartnetwerk is hiervoor te grofmazig, met vaartochten van minimaal 4 à 5 uren.

Aan de zuidzijde van Den Helder, boven Julianadorp, ligt een mogelijk goed te ontwikkelen binnenlands vaarnetwerk met meerdere lussen. Ook aan de oostelijke zijde van Schagen zijn mogelijk vaarwegen koppelbaar tot een netwerk. Daarbij is aansluiting naar een breder netwerk minder relevant. Hellingen om bootjes te water te laten en verhuurpunten samen vormen de basis voor gebruik als korte uitstap tijdens een vakantie. Mogelijk is ook aan de zuidzijde van Wieringen op de grens van oud en nieuw land een lokaal product te ontwikkelen.

Varen door de Kop

Het netwerk van vaarwegen binnen de Kop van Noord-Holland is bescheiden van omvang, variatie onderweg en ook qua gebruik. De havens zijn korte stopovers waardoor het gebied een alternatief vaargebied kan zijn voor motorjachten op vakantie. Deze markt is bescheiden (zie passagecijfers) en krimpt ook, maar vanwege het verbindende karakter in de regio nog wel interessant. Het vaarnetwerk verbindt namelijk wel steden en achterland met elkaar en met omliggende gebieden. Het versterken van de vaarmogelijkheden moet gericht zijn op verbetering van de havens en

faciliteiten waardoor de binding met de kern verbetert (Schagen, Anna Paulowna, Oudesluis). Ook het eenvoudig realiseren van ligplaatsen onderweg in het groene gebied en bij (oude) sluisjes en het behouden van de bestaande routestructuur en kunstwerken in de toekomst vormen basis ingrediënten voor behoud en versterking.

Varen vanaf de Kop

De verbinding met Texel en andere Waddeneilanden geeft Den Oever en Den Helder extra attractiewaarde, als scharnier tussen vaaromgevingen. De afnemende ervaring van watersporters, gecombineerd met de groeiende aantrekkelijkheid van de Waddenhavens, legt een potentieel nieuwe markt bloot.

Deze markt van huurschepen en relatief onervaren schippers kan juist vanuit de oeverplaatsen goed bediend worden met het aanbieden van combinatie-arrangementen, begeleiding onderweg of varen in flottielje (meerdere boten achter elkaar onder begeleiding van een ervaren schipper op één van de boten).

Ook voor mensen zonder eigen boot kunnen deze startplaatsen ontwikkeld worden met het Wad en de eilanden als trekker. Wadden-experience, ook voor specifieke doelgroepen, met verkennende bootjes en 'droogvallen' als ultieme experience maken het Wad onderdeel van de Kop.



4.3 ORGANISATIE

Versterken van regionale gebiedsmarketing

Per 1 mei 2024 is de website Visit Kop van Noord-Holland gelanceerd om de regionale gebiedsmarketing op te pakken. Dit wordt nu nog ambtelijk aangestuurd, echter om de bestemming de Kop goed te positioneren is draagvlak en herkenning belangrijk. De Kop is het overkoepelende merk met daaronder de kenmerken van de verschillende deelgebieden en gemeenten. Zo heeft elk deelgebied zijn eigen karakter en charme en trekt daarmee een eigen doelgroep aan. Een regionale marketingorganisatie is van groot belang hierbij. Een dergelijke organisatie kan verbindingen leggen tussen dagrecreatieve activiteiten in het binnenland en de verblijfs-accommodaties aan de Noordzeekust. Activiteiten die hierbij passen zijn het opstellen van een gezamenlijke evenementenkalender en de inzet van de kustbus. Ook het aanhaken en verbinden van ondernemers en opzetten van regio brede campagnes zou goed passen bij een dergelijke organisatie. Ten slotte, zou een regionale marketingorganisatie ook een grote rol kunnen spelen op het gebied van kennisdeling en dataverzameling in de Kop. Om zo meer inzicht te krijgen in de ontwikkeling van toerisme en recreatie.

Bestemmingsontwikkeling door stevige samenwerking tussen ondernemers

In een duurzame bestemming vormen ondernemers, overheid en inwoners een coalitie waarin doelgericht gewerkt wordt aan een prominente positie in het vrijetijdslandschap. Naast toerisme kan een initiatief namelijk ook een maatschappelijke functie als cultuur, ontmoeten of zorg hebben, wat voor overheid en inwoners interessant is. Op zijn beurt maakt dit het voor de ondernemer ook interessant om in het laagseizoen omzet te kunnen

genereren. We zien hier kansen voor de toeristische platforms en afdelingen van ondernemersfederaties in de Kop om samen in op te trekken. Deze samenwerking kan zich dan richten op het signaleren van kansen en ideeën die er bij ondernemers leven, om zo toeristisch-recreatieve initiatieven verder te ontwikkelen en met elkaar te verbinden. Hiervoor is het belangrijk dat de ondernemers zich ook regionaal goed organiseren.

Regie nodig op (gebieds)ontwikkelingen

Een grote opgave voor de ontwikkeling van de Kop is de beperkte organisatiegraad. Gemeenten en ondernemers kijken veel naar elkaar en komen moeilijk tot gedeelde afspraken. Hierdoor is er enige discrepantie tussen overheid en ondernemers, met als gevolg dat er weinig van de grond komt. Om op korte termijn (kleinere) ontwikkelingen en projecten in gang te zetten kan gekeken worden naar bestaande overlegstructuren om dergelijke taken neer te leggen. Zodat de eerste acties de komende jaren uitgevoerd kunnen worden, in een samenspel tussen overheid en ondernemers.

Wanneer er structurele stappen nodig zijn om de Kop als bestemming beter op de kaart te zetten, en om in 2040 nog steeds een sterke en aantrekkelijke bestemming te zijn, is een organisatie nodig die de opdracht heeft om gebiedsgericht het toeristisch-recreatieve product van de regio door te ontwikkelen. Dit kan onderdeel zijn van een breder Regiobureau, met een rol voor ondernemers, bijvoorbeeld in de vorm van een klankbordgroep.

4.4 CONCLUSIES OVER DE KANSSEN

Investeren in de omgeving om aantrekkelijk te blijven

De Kop is een diverse regio waarbij elk deelgebied zijn eigen aantrekkingskracht heeft en als geheel een compleet toeristisch-recreatief product kan aanbieden. Bij Den Helder denk je aan nautisch, de marine en het Wad, Hollands Kroon heeft ook het Wad, waterrecreatie en -sport en het agrarische binnenland en in Schagen heb je de Westfriese Omringdijk, de kust en de stad Schagen. Elk gebied trekt zijn eigen doelgroepen aan, maar het geheel versterkt elkaar. Waarbij het belangrijk is dat de basisvoorzieningen op orde zijn. De fiets- en wandelpaden moeten goed onderhouden blijven en voldoende voorzieningen langs routes is van belang om de bezoeker langer vast te houden in de Kop. Daarnaast biedt het agrarische binnenland veel potentie voor nieuwe productontwikkeling in de vorm van agrotourisme, en zijn er veel interessante plekken langs het water waar toeristisch-recreatieve ontwikkelingen mogelijk zijn (bijv. bij het Amstelmeer of langs de Waddenkust).

Ontwikkelen van een complete toeristisch-recreatieve bestemming

Uit de cijfers zien we dat de Noordzeekust al een populaire toeristische bestemming is. In de rest van de Kop zijn er nog volop kansen voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Met als doel een bestemming te creëren die voor inwoners en toeristen aantrekkelijk is, zowel op gebied van dagrecreatie als verblijfsrecreatie. Het leggen van verbindingen is hierbij essentieel. In de eerste plaats door alles wat we hebben met elkaar te verbinden, zowel online via informatievoorziening en marketing als offline via de fysieke recreatieve infrastructuur. Ook kunnen inwoners hier een belangrijke rol bij spelen, door hen de verhalen van hun eigen regio te laten vertellen. Door bijvoorbeeld het opzetten van een platform waar

inwoners zich als gids kunnen aanmelden, word de betrokkenheid en het draagvlak voor toerisme vergroot. We versterken de verbinding over het water en zetten in op het verbeteren van de verbinding tussen het binnenland en de kust. Ook zetten we in op het verbeteren van de kwaliteit van onze verblijfsrecreatie en kijken we waar nieuw, onderscheidend aanbod passend is.

Versterken organisatiegraad voor bestemmingsontwikkeling

Om een totaalbeleving aan bezoekers te kunnen bieden, is een sterke organisatie op het gebied van toerisme en recreatie belangrijk. Bij het ontwikkelen van een toeristische bestemming past dan ook het bevorderen van de organisatiekracht in het gebied. Dit kan op meerdere manieren. Zo ligt er een belangrijke kans in een professionele marketingorganisatie, met een duidelijke opdracht voor regiomarketing en mogelijk ook voor dataverzameling. Maar ook de koppeling met de arbeidsmarkt en human capital is belangrijk, om zo de promotie van de sector samen op te laten trekken met het vinden en vasthouden van personeel. Het is kansrijk om samen op te trekken met het thema Arbeidsmarkt & Onderwijs vanuit de samenwerkingsagenda. Om kleinschalige ontwikkelingen en projecten op te pakken zien we kansen in het bevorderen van de samenwerking tussen de T&R vertegenwoordigers van de drie gemeenten. Zij weten wat er op lokaal niveau speelt en staan met 'hun voeten in de klei'. Op de lange termijn zien we kansen in de verkenning van het oprichten van een organisatie om toeristische ontwikkelingen aan te jagen. Deze organisatie opereert op mesoniveau om zo gebiedsgerichte ontwikkelingen van de grond te krijgen. Dit zou vanuit een stevige publiek-private samenwerking tot stand moeten komen met voldoende slagkracht en continuïteit.

4.5 SAMENVATTENDE TABEL

Tabel 5: Samenvatting opgaven en kansen Kop van Noord-Holland

(Deel)regio	Opgaven	Kansen
De Kop	- Fijnmaziger routestructuur met meer beleving is nodig voor zowel eigen inwoners als toeristen. - Beter benutten en zichtbaar maken van cultuurhistorie in publieke ruimte - Benutten onbenut arbeidspotentieel voor personeelstekort - Beperkte mogelijkheden voor gebiedsgerichte ontwikkelingen op mesoniveau	- Fietsroutes met beleving langs de kustlijnen en het Amstelmeer. - Versterken van de regionale gebiedsmarketing - Bestemmingsontwikkeling door stevige samenwerking tussen ondernemers - Ontwikkelen en professionaliseren van de Kop als toeristische bestemming, nu en in de toekomst
Noordzee-kust	- Onbenut potentieel kustplaatsen (weinig onderscheidend) - Beperkte recreatieve ontsluiting duinzoomgebied. - Weinig diversiteit verblijfsaanbod	- Versterken van identiteit verschillende kustplaatsen (o.a. “eiland-gevoel”) - Verbinding leggen achterland, door een fraai overgangsgebied tussen harde landbouw en de dijk/kust. - Verbinden van aanbod door communicatie - Versterken en verbeteren kwaliteit en diversiteit verblijfsrecreatie (niet vastgoed-gestuurd)
Waddenkust	- Waddengebied beperkt toegankelijk en beleefbaar - Vaarnetwerk weinig toegankelijk	- Recreatieve potentie voor Waddengebied voor kleinschalige recreatie en specifieke doelgroepen versterken door: - Potentie Amstelmeer als zelfstandig watersportgebied - Gebied tussen Den Oever en Wieringen is fraai en geschikt voor extensieve recreatie (wandelen en fietsen) - Nabijheid van de Afsluitdijk: uniek en innovatief project - Toeristisch-recreatieve ontwikkeling Den Oever
IJsselmeer-kust	Harde uitstraling dijk, beperkte toegankelijkheid en R&T-mogelijkheden	- Natuurontwikkeling koppelen aan R&T - Ontwikkelen durfsportlocatie
Stedelijk gebied	- Schagen en Den Helder nog een te beperkte rol in de bestemming de Kop - Relatief weinig verblijfs capaciteit - Ontbreken van dagattractie(s) met bovenregionale aantrekkings	- Vergroten verblijfs capaciteit, gericht op uniek en kleinschalig verblijf. - In Den Helder kansen voor versterken stedelijk toerisme - In Schagen kansen voor seizoensverbreding
Binnenland	- Benutten van koppelkansen bij de transitie van de agrarische sector - Beperkte verbinding tussen Wieringen en de rest van de Kop	- Combineer recreatie bij agrariërs met natuurontwikkeling (toeristisch medegebruik) - Verhaal van Wieringen vertellen en verbinden - Den Oever en Den Helder als scharnier tussen vaaromgevingen

5 Bijlagen

5.1 BIJLAGE 1. SAMENGESTELD TOERISTISCH PRODUCT

Hoe een toerist of recreant zijn of haar bezoek ervaart, is afhankelijk van verschillende factoren: van het informatie zoeken over de bestemming en wat er te doen is, de reis naar de bestemming toe, de ontvangst bij je verblijfsaccommodatie tot de activiteiten die men doet en onderneemt. Met andere woorden, de uiteindelijke beleving is samengesteld uit een aantal onderdelen. Dit wordt ook wel het samengesteld toeristisch product genoemd (zie figuur 1) en bevat de volgende onderdelen:

- › **Omgeving:** het landschap, de natuur, de stranden, de steden, erfgoed, cultuur etc. Dit is doorgaans de reden dat men een bepaalde bestemming bezoekt.
- › **Accommodaties:** dit gaat enerzijds over de verblijfsaccommodaties, zoals campings, vakantiehuizen en hotels en anderzijds het dagrecreatieve aanbod, zoals musea en attracties.
- › **Organisatie:** dit gaat over het organiserende vermogen en de gastvrije dienstverlening van een bestemming, zoals toeristische informatievoorzieningen, marketing en samenwerkingen.

Het samengesteld toeristisch product vormt de kapstok voor deze agenda. De opgaven en kansen worden beschreven aan de hand van de verschillende onderdelen uit dit samengestelde product.



Figuur 2 Het samengesteld toeristisch product

5.2 BIJLAGE 2. OVERZICHT GESPREKSPARTNERS

Gemeentelijke organisatie

- › Portefeuillehouder en beleidsmedewerker T&R - gemeente Den Helder
- › Portefeuillehouder en beleidsmedewerker T&R - gemeente Schagen
- › Portefeuillehouder en beleidsmedewerker T&R - gemeente Hollands Kroon
- › Beleidsmedewerker T&R - gemeente Texel

Interviews

In de maanden mei, juni en juli 2024 zijn diverse interviews gehouden met betrokken stakeholders, zowel op locatie als digitaal.

- › Citymarketing Den Helder
- › Dorpsraad Petten
- › Dorpsraad Sint Maartensbrug, Sint Maartenszee en Sint Maartensvlotbrug
- › Belangenvereniging Julianadorp
- › Ondernemersvereniging Den Helder, werkgroep R&T
- › Toeristisch Podium Hollands Kroon
- › VVV Texel
- › Ondernemersfederatie Schagen, werkgroep R&T
- › Ontwikkelbedrijf NHN
- › Staatsbosbeheer gebieden Petten-Schoorlse Duinen en Wieringen e.o.

5.3 BIJLAGE 3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Trends toerisme en recreatie

- › **Recreatiebehoefte neemt toe.** De recreatiemogelijkheden dichtbij huis zijn door Corona 'herontdekt'. Het aantal bezoekers van natuur- en recreatiegebieden is enorm toegenomen. Uit onderzoek van de ANWB blijkt dat het aantal recreatieve activiteiten in de directe woonomgeving en in recreatiegebieden nog verder zal toenemen. Dit komt onder meer door bevolkingsgroei, hogere kosten voor mobiliteit en toenemende aandacht voor gezondheid en bewegen.
- › **Toenemende recreatiedruk op de natuur.** Vanwege de toenemende recreatiebehoefte neemt de druk op de natuur ook toe. Aan de ene kant wordt de natuur op sommige plaatsten verstoord door recreatie, bijv. door het wandelen of fietsen buiten de gebaande paden, loslopende honden of picknicken op plekken die daar niet voor bedoeld zijn. Aan de andere kant ontstaat er een negatievere bezoekerservaring door o.a. drukte, toenemend zwerfafval en filevorming bij parkeerplaatsen. In sommige natuurgebieden is hierdoor een scheve verhouding ontstaan tussen recreatie en natuur.
- › **Toenemende behoefte aan nieuwe groene recreatieruimte.** Verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat er een tekort is aan recreatieruimte in de directe woonomgeving van de Nederlandse inwoners. De vraag naar groene ruimte is groot, maar in de praktijk wordt hier nog te weinig op ingezet. Nieuwe natuur en recreatieruimte is noodzakelijk om de toenemende recreatiedruk op te vangen en om in te zetten op herstel van de biodiversiteit. Dit betekent ook dat het belangrijk is om de bestaande natuur te behouden en versterken.
- › **toerisme en recreatie wezenlijk voor brede welvaart.** In Nederland is sinds enkele jaren meer aandacht voor brede welvaart. De drie planbureaus (CPB, PBL en SCP) werken daarom aan manieren om brede welvaart beter te integreren in de begrotings- en verantwoordingssystematiek. Hiernaast brengt het CBS sinds 2018 jaarlijks een Monitor Brede Welvaart uit. Deze trend zet door binnen gemeenten en zo ook in de vrijetijdseconomie. De vrijetijdseconomie moet niet alleen zorgen voor meer bestedingen, maar moet ook bijdragen aan de welvaart in brede zin. Denk bijvoorbeeld aan een hoog voorzieningenniveau tot aan maatschappelijk verantwoord ondernemen met de creatie van toekomstbestendige banen.
- › **Integraal denken wordt de standaard.** Nederland staat voor grote opgaven. Als alle ruimteclaims opgeteld worden hebben we 1,8x de ruimte nodig die we nu benutten. Alleen al om die reden is een integrale aanpak nodig en deze wordt met de nieuwe omgevingswet ook gefaciliteerd. Daarnaast kan deze manier van denken leiden tot een leefomgeving die meer aanzet tot bewegen, met minder en duurzamere mobiliteit en per saldo een bredere welvaart en een betere gezondheid.
- › **Consumenten oriënteren zich steeds meer via digitale kanalen.** Dit betekent dat organisaties voortdurend op zoek moeten naar slimme, innovatieve manieren van marketing en promotie om hun product aan de man te brengen. En hoe ze niet alleen zoveel mogelijk, maar vooral de gewenste bezoekers aantrekken.
- › **Personeelstekort;** Bedrijven hebben nog steeds moeite om geschikt personeel te vinden. Dit zorgt voor grote zorgen bij ondernemers, maar ook voor het (tijdelijk) gedwongen sluiten van de onderneming.

- › **Transformatie buitengebied (agrarische sector);** Generaties lang werd het landschap in Nederland bewerkt door agrariërs. Door de jaren ontstond steeds vaker een mix van verschillende functies in het buitengebied. Woon-, vrijetijds- en agrarische functies lopen door elkaar in het buitengebied. Al jaren wordt er op landelijk niveau discussie gevoerd over de opgaven rondom de agrarische sector. Voor gemeenten die beschikken over een groot buitengebied met veel agrarische activiteit, geldt dat de structuur van het buitengebied gaat veranderen komende jaren. Agrariërs staan voor de uitdaging de transitie te maken naar een meer circulaire, duurzame vorm van landbouw. Dit biedt ook kansen voor agrotourisme, bijvoorbeeld voor de verkoop van streekproducten, het aanbieden van horeca en het aanleggen van boerenlandpaden. Het leggen van slimme verbindingen tussen de agrarische en toeristische sector wordt steeds vaker gedaan en blijft kansrijk (bijv. overnachten bij de boer als nevenactiviteit).
- › **Toenemende aandacht/noodzaak voor duurzaamheid;** Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker. MVO bestaat uit drie onderdelen, ook wel de 'triple-P' genoemd: profit, people, planet. Dit betekent dat bedrijven zich zeker mogen richten op het maken van winst, maar dat dit niet in té grote mate ten koste mag gaan van de maatschappij of het milieu. Een relatief grote groep van de Nederlandse reizigers, 41%, geeft aan de komende 12 maanden (in 2022) duurzamer te willen reizen. Ten opzichte van 2021 is dat een groei van 6% (Booking, 2022).
- › **Groei campertourisme;** Het aantal campers en campervakanties in Nederland (en de rest van Europa) stijgt al jaren en de verwachting is dat deze trend zich blijft voorzetten. Naast dat steeds meer mensen zelf een camper aanschaffen, heeft de opkomst van deelplatformen (zoals Goboony

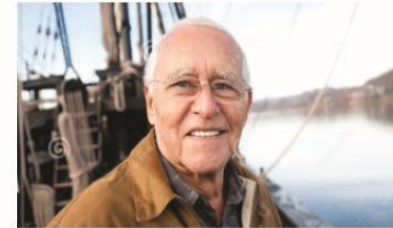
of Camptoo) ook een belangrijke impact op de campermarkt. Dit betekent dat de groei van het aantal camperovernachtingen nog meer zal toenemen.

- › **Verhaallijnen zijn populair;** We hebben steeds meer behoefte aan authenticiteit en het echte verhaal van een plek. Dit brengt de uniciteit van de stad in beeld en voegt beleving toe aan bijvoorbeeld monumentale panden. Het helpt daarbij om aan te sluiten bij het grotere geheel van de geschiedenis. Deze verhaallijnen kunnen zowel fysiek als digitaal worden verteld, waarbij nieuwere technieken als Augmented Reality letterlijk verhalen zichtbaar kunnen maken in de omgeving.
- › **Uitersten in trek: luxe en back-to-basic winnen aan populariteit.** Toeristen gaan op zoek naar steeds luxere vakantieverblijven. Hier wordt door de markt op ingespeeld door ook op campings en vakantieparken hotelfaciliteiten te bieden. Aan de andere kant is een trend zichtbaar dat consumenten op zoek gaan naar rust en ruimte, als tegenhanger voor het drukke leven dat men leidt. Back-to-basic recreëren op een natuurcamping of mentaal opladen in een retraite zijn hierdoor bij delen van de markt zeer in trek.
- › **We gaan vaker, korter en op wisselende momenten op vakantie.** De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Dit geldt voor zowel het inkomende vakantieverkeer als het binnenlandse vakantieverkeer. Echter, mensen kiezen er wel voor om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- en naseizoen. De coronapandemie heeft Nederlanders bewust gemaakt van de mogelijkheden in eigen land.

Trends waterrecreatie

- › **Krimp van de vloot.** Door vergrijzing van de eigenaren van boten en veroudering van de vloot zal er naar verwachting in de toekomst sprake zijn van een krimp van de vloot. Dit effect wordt nog versterkt door de toename van verhuur en deelconcepten. De verwachting is dat het aantal vaartuigen in Nederland krimpt met 25 tot 25%
- › **Vaargedrag verandert.** Er wordt minder gevaren. Al ruim 20 jaar nemen de passages bij bruggen en sluizen af. Dat heeft te maken met spaarzame en versnipperde vrije tijd, maar ook met veranderend vaargedrag. Boten worden minder vaak gebruikt voor hoofdvakantie of (alle) weekenden, maar vaak ook als dagboot, zelfs als er overnachtingsruimte aan boord is. Men overnacht dan niet buiten de eigen haven en passeert ook minder bruggen en sluizen. De havens zien bovendien een trend dat veel mensen (met of zonder vaartocht) in de haven aan boord verblijven. De boot wordt dan een drijvende vakantiewoning, met als voordeel dat deze ook op andere plaatsen voor kortere of langere tijd ingezet kan worden als vakantiehuis op locatie. Nieuwe watersporters nodig
- › **Inzet op behoud en herstel.** Naast krimp van de bestaande watersportmarkt wordt er ook hard gewerkt aan groei van de markt onder mensen die nu nog niet actief zijn. De campagne 'Welkom op het Water' brengt de toegankelijkheid en het plezier van recreatie op het water in beeld en verlaagd de drempel. Daardoor worden kleine watersporten gestimuleerd, maar ook huren en kopen van een boot. Dit zal in de toekomst ook (moeten) zorgen voor meer ervaren watersporters met grotere eigen boten of huurboten.

Watersporttrends



Bootbezitters worden steeds ouder. De 'grote' watersport vergrijst

Watersporttrends



Het bezit van een boot staat minder centraal. Van bezit naar gebruik

Watersporttrends



Trendsporten groeien. Er komen steeds nieuwe trends bij

Watersporttrends



Vergrijzing en veranderende voorkeuren zorgen voor een krimpende vloot met een kwart tot een derde in de komende 30 jaar.

Watersporttrends



Boten varen minder dagen per jaar en minder uren per dag

Watersporttrends



De sloep is meest vitale deelsegment van de watersport en een groeiemarkt

Maatschappelijke trends waterrecreatie

Klimaatverandering



De temperatuur stijgt, water wordt steeds aantrekkelijker voor verkoeling

Hittestress



Hittestress in de steden en dorpen maken de waterkant aantrekkelijk

Bewoners zoeken water op



Bewoners zoeken het water op, of je dat nu wil of niet

Drukke stranden



Bij hoge temperaturen zullen mensen water zoeken in grote getalen

Verlaging drempel gebruik



Het water is van iedereen, de drempel naar gebruik wordt lager

Slechte waterkwaliteit



Waterkwaliteit staat onder druk door gebrek aan doorstroming en zuurstof

Waterplanten



Waterplanten beperken de bruikbaarheid van water voor recreatie

Hoge / lage waterstand



Te veel of te weinig water maakt de bruikbaarheid voor recreatie onzeker

5.4 BIJLAGE 4. SWOT ANALYSE

Sterkte

- › Goede bereikbaarheid/dichtbij (Texel moet je nog met de boot en in de file, Kop is beter bereikbaar)
- › Nog relatief rustig
- › Betaalbare bestemming aan de kust in vergelijking met andere kustplaatsen
- › Niet pretentiefus
- › Bloembollenvelden
- › Nabijheid van drie kusten
- › Open en weids landschap in het binnenland

Zwakte

- › Belevingswaarde van Waddenkust en IJsselmeerkust is erg beperkt, zijn met name functionele 'randen'
- › Achterland van de kusten is erg klein
- › Binnenland redelijk saai en onbeschut (winderig)
- › Geen dagrecreatieve trekkers, met name een aantal vasthouders.
- › Vaarroutes slecht onderhouden en weinig aantrekkelijk
- › Enigszins eentonige accommodaties, weinig diversiteit

Bedreiging

- › Weerstand van bewoners ligt op de loer
- › Vastgoedondernemer die vakantieparken overneemt en/of ontwikkelt
- › Druk op de ruimte neemt toe, o.a. door woningbouw, landbouw, regelgeving, energietransitie.
- › Mobiliteit kan onder druk komen te staan door de forse woningbouwopgave in de regio.

Kans

- › Fysieke ruimte voor ontwikkelingen
- › Amstelmeer als onderscheidend watersporteiland/hotspot, gecombineerd met verblijfsrecreatie en beachclubs
- › Toeristen uit Amsterdam verleiden naar de regio
- › Groene kustweg
- › Groeipercentages Duitse gast (bron NBTC)
- › Kust koppelen aan achterland (door natuur, of bij Den Helder met forten)
- › Verhalen van het open polderlandschap vertellen en beleefbaar maken
- › Inwoners betrekken bij toeristische ontwikkeling, bijv. door inwoners rondleiding te laten geven (dit moet wel centraal georganiseerd worden)
- › Achterland van de kusten uit te breiden met toegankelijke wetlands (bijv. waterdunen, Hollum golfbaan)



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

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

