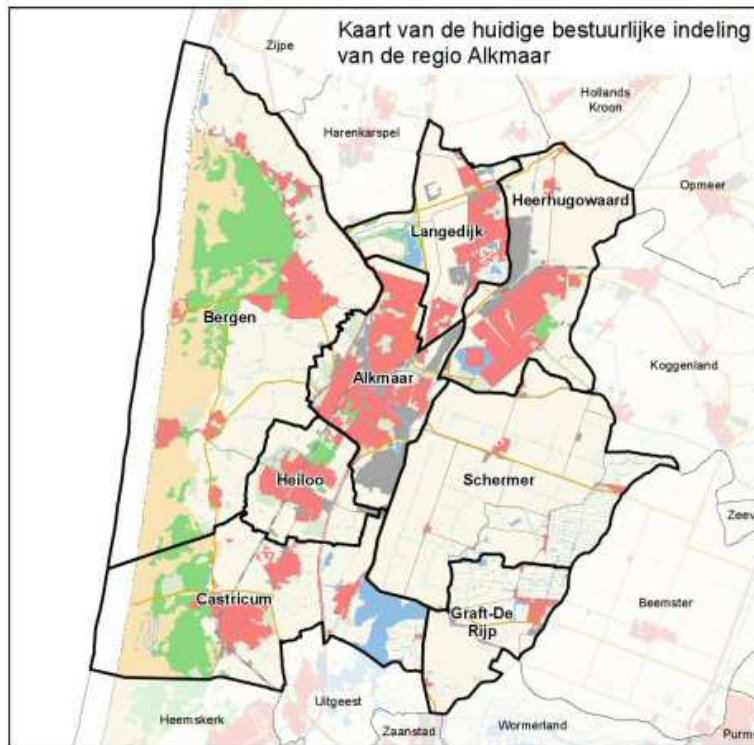


Toeristische speerpunten Regio Alkmaar 2013 - 2015



Regio Alkmaar is Holland in het klein

De regio Alkmaar is eigenlijk Holland in het klein. We hebben hier immers alles wat Nederland zo geliefd maakt bij de toerist: bos, zee, strand, aantrekkelijke dorpen, een mooi polderlandschap en prachtige cultuurhistorische iconen... Dat alles gelegen rondom een mooie historische en gezellige stad: Alkmaar, cultuurhistorie aan zee en in de polders.

Met speerpunten op weg naar een regionale visie

Zoals weergegeven in de Economische uitvoeringsagenda Regio Alkmaar 2012-2014 moet een toeristische visie voor de regio worden opgesteld.

De behoefte aan zo'n gezamenlijk document voor de Regio Alkmaar is de afgelopen periode alleen maar gegroeid. Dit komt onder meer door de oprichting van de Leisure Board die toeristische lijnen voor Noord-Holland Noord uitzet. Om tot samenwerking te komen, is het van belang dat Regio Alkmaar weet waar ze voor staat en waar ze zich toeristisch op wil richten. Om nu snel concrete stappen te kunnen zetten in de richting van een visie, hebben de gezamenlijke beleidsambtenaren alvast een tussenstap gezet in de vorm deze nota met de toeristische speerpunten van de regio voor de periode 2013 – 2015.

Met deze speerpunten kan de regio richting geven aan het prioriteren van zowel de eigen activiteiten als de activiteiten van (boven-)regionale samenwerkingsverbanden.

Deze speerpunten kunnen in een volgende fase, samen met ondernemers en andere partijen, uitgewerkt worden in een visiedocument voor de middellange en lange termijn. Bij de verdere uitwerking van een regionale visie zal ook de essentie van actuele gemeentelijke plannen op dit gebied (zoals bijvoorbeeld 'Alkmaar, cultuurhistorische stad aan zee'), worden meegenomen.

Toerisme is van groot belang

Toerisme en recreatie vormen voor de Regio Alkmaar een belangrijke economische sector. De sector levert niet alleen een wezenlijke bijdrage aan de werkgelegenheid in de regio, maar vergroot daarnaast ook de aantrekkelijkheid van de leefomgeving en de economische ontwikkeling van kust, stedelijk gebied en platteland.

De hoofddoelstelling op het gebied van toerisme en recreatie is om meer toeristen en recreanten naar dit gebied te halen en ze hier langer te laten verblijven, zodat de bestedingen in de regio toenemen.

Deze doelstelling kunnen we niet los zien van de nevendoelstelling om de aantrekkelijkheid van de regio te behouden én te versterken daar waar mogelijk.

Kansen en ontwikkelingen benutten

Het is essentieel om goed in te spelen op kansen en ontwikkelingen. In demografisch opzicht wordt verwacht dat er steeds meer mensen zijn die tijd hebben om te recreëren. Tegelijkertijd biedt de vergrijzende populatie mogelijkheden voor de ontwikkeling van bijvoorbeeld zorgtoerisme.

Algemene trends, zoals vaker maar dan korter op vakantie gaan, of bijvoorbeeld het recreëren in groepsverband, spelen ook een rol. Deze ontwikkelingen vragen ook om innovatie van de sector. (Meer over deze trends leest u in de bijlage 'Extra inhoudelijke informatie')

De gemeenten binnen de Regio Alkmaar kunnen bijdragen aan de groei van de sector en de verbetering van de concurrentiepositie. Hier is voor de gemeenten met name een faciliterende rol weggelegd met de sector als initiatiefnemer en de overheid als (belangrijke) partner.

Als het gaat om zaken als promotie en branding hebben overheden overigens meer dan een faciliterende rol.

Meerwaarde van een regionale visie

Om de activiteiten van de Regio Alkmaar samenhang te geven, te bepalen wat gewenst is en te kunnen reageren op bovenregionale ontwikkelingen, is het zinvol een toeristische visie voor de Regio Alkmaar op te stellen. Er wordt steeds meer nadruk gelegd op de toeristische sector en op de taak van de overheid om voor deze sector een goed ondernemersklimaat te creëren. Het is belangrijk te weten waar de Regio Alkmaar op focust als het gaat om toerisme. Dit om ook in groter regionaal verband de door regio Alkmaar gewenste richting mee te kunnen geven. Datzelfde geldt in relatie tot uitvoeringsorganisaties als het Ontwikkelingsbedrijf NHN, de VVV's en andere toeristische bureaus. Op die manier kunnen we ervoor zorgen dat alle verschillende inspanningen elkaar versterken.

Sterkte-zwakteanalyse

Voor het opstellen van de speerpunten is geen nieuw onderzoek gedaan, maar is gebruik gemaakt van de vele reeds beschikbare documenten. Daarnaast is in een compact traject een sterkte-zwakteanalyse gedaan, waarbij gekeken is naar de sterke en zwakke kanten van de Regio Alkmaar en de kansen en bedreigingen.

Hiervoor is gebruikgemaakt van de resultaten van de sessies die zijn gehouden in de drie subregio's van Noord Holland Noord (Regio Alkmaar, WestFriesland en Kop van Noord Holland). Doel van deze bijeenkomsten met het bedrijfsleven en overheden was input te krijgen voor een ontwikkelingsprogramma op zowel het niveau van Noord Holland Noord, als op het niveau van de subregio's.

De input was groot en breed. Uit de grote hoeveelheid onderwerpen hebben de aanwezigen uiteindelijk door het toedelen van waardering in cijfers keuzes gemaakt. Voor de Regio Alkmaar kon toen de hier weergegeven SWOT-analyse (SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) worden opgesteld met specifiek hoog scorende aandachtspunten.

Thema's

Op basis van de beschikbare documenten en de opgestelde sterkte-zwakteanalyse zijn ook de gewenste acties en speerpunten voor de regio bepaald. Deze worden gepresenteerd als een algemeen actieprogramma in herkenbare thema's (zie verderop).

In deze nota is (nog) geen overzicht van activiteiten opgenomen die lokaal/solitair door ondernemers, particuliere organisaties en gemeenten worden opgepakt.

Resultaat sterkte-zwakteanalyse

Sterk	Zwak
• Landschappen, steden, dorpen (11) • Sterke verhalen (Victory, Leeghwater, Omringdijk, hoogste duin, oudste ..etc. (8) • Sterke merken (AZ, Beemster, ..) (8) • Bereikbaarheid (6) • Old time favorites (musea, locaties, ..) (5) • Wandelen, fietsen, varen, schaatsen (5)	• Geen gezamenlijk toeristisch recreatie plan / visie (9) • Versnippering (6) • Geen regie (6) • Geen trots op gebied (5) • Weinig meertalige communicatie (5) • (Geen beeld van) slechtweervoorzieningen (4)
Kans	Bedreiging
• Heldere positionering gebied (9) • Cross over met andere sectoren (merken) (6) • Infostructuur op hubs (locaties waar veel toeristen onze regio binnenkomen (Schiphol, havens IJmuiden / Amsterdam, A 7/9, ..) (5) • Op stap met locals (4) • Binnenlands toerisme / groepen (4) • Inspelen op nationale of regionale thema's met relatie aan evenementen, zoals 2014: uitvoering Hondsbossche en Pettemer Zeewering, Koningsdag De Rijp, etc.. (4)	• Wie zijn wij? (8) • Lage vindbaarheid (7) • Lage merkkracht in regio (6) • (Weinig) innovatiekracht (5) • Sterke concurrentie binnen Nederland (4) • Behoeftte verandering consument (4)

(Lees ook de gegevens over de regio en over trends in de bijlage 'Extra inhoudelijke informatie')

Gestructureerde samenwerking noodzakelijk

In veel analyses die de afgelopen jaren gemaakt zijn over de (boven-)regionale vrijetijdsindustrie is geconstateerd dat de versnippering in Noord-Holland Noord en eigenlijk in de hele provincie (te) groot is. Er is meer gestructureerde samenwerking nodig om de concurrentieslag als regio te overleven. Het Portefeuillehouders Overleg Regio Alkmaar, Economische Zaken, Toerisme & Recreatie geeft hier invulling aan. Er zijn veel partijen nodig om het beleid op het gebied van Recreatie & Toerisme goed uit te voeren. Het blijkt echter dat in veel gevallen de samenwerking tussen de relevante partijen beperkt is. Dat geldt zowel voor de overheid als voor het bedrijfsleven. Het gevolg is dat de diverse beleidsagenda's en uitvoeringsprogramma's slecht op elkaar aansluiten. Het is daarom voor de ontwikkeling van de vrijetijdssector in de regio essentieel dat plannen en initiatieven goed op elkaar afgestemd zijn, dat er beter samengewerkt wordt en dat er tussen de partijen een goede afbakening en rolverdeling is.

Zorg voor een efficiënte taakverdeling

Naast een inhoudelijke focus is een goede taakverdeling noodzakelijk om te voorkomen dat zaken dubbel gedaan worden of niet opgepakt worden. In de Economische uitvoeringsagenda Regio Alkmaar 2012-2014 staan veel toeristische projecten genoemd. Het is een opsomming van

projecten zonder veel ordening of prioritering. Om tot een goede focus in de uitvoering te komen is een nadere ordening en rangorde noodzakelijk. Een mogelijke indeling is om aan te geven op welk niveau de uitvoering van een project zou moeten plaatsvinden. De prioriteit wordt bepaald op basis van de bijdrage van het project aan de toeristische doelstelling en de beschikbare capaciteit per uitvoeringsniveau.

Thema's voor Regio Alkmaar

Thema's voor promotie:

Met welke thema's treden we naar buiten? Hier zijn alvast voorbeelden die zeker in dat rijtje terug zullen keren:

❖ **Cultuurhistorie / Regionale Iconen**

De regio is rijk aan cultuur en erfgoederen, variërend van podium- en beeldende kunst, monumenten, landschappen tot historische verhalen. Deze (Hollandse) Iconen zijn op vele manieren beleefbaar; concerten, musea, bezoekerscentra, (interactieve) routes etc.. Onder de noemer "Holland Highlights" promoot het Nederlandse Bureau van Toerisme dit aanbod in het binnen- en buitenland.

Regio Alkmaar richt zich op het versterken van de beleving en het vergroten van de bekendheid van de in haar regio gelegen Iconen. Voorbeelden van deze highlights of iconen zijn de Kaasmarkt, Alkmaars Ontzet, de Bergense- en Egmondse school (museum Kranenburg), Huis van Hilde, droogmakerij Schermer (en molens), de bollenvelden, de Stad van de Zon, de Broekerveiling, het Praalgraf van Reinout van Brederode, het Poldermuseum Heerhugowaard en het Walvisvaarderdorp De Rijk.

❖ **Natuurlijk sportief**

De diversiteit aan landschappen; strand, duinen, polders, dijken, meren en ringvaarten vormt een wezenlijk onderdeel voor de aantrekkelijkheid van de regio. Onder de noemer "Holland naturally" promoot het Nederlandse Bureau van Toerisme de recreatieve mogelijkheden (wandelen, fietsen, varen door Hollandse taferelen) in het binnen- en buitenland.

Regio Alkmaar richt zich op het faciliteren van recreatienetwerken (sloepennetwerk, fiets routenetwerk, wandelnetwerk, ruiternetwerk, TOP's, rustpunten) en recreatiegebieden (zowel kust als locaties als Geestmerambacht en Park van Luna), maar ook van sport- en recreatieve evenementen, zoals de marathon van Egmond, de pluswandelvierdaagse en Tour de Waard. En dat allemaal op steenworp afstand van de Noordzeekust, waarvan alleen al de bezoekerscentra De Hoep (Castricum) en Schoorlse Duinen tezamen ca. 400.000 bezoekers per jaar trekken. De thema's "Creative City" en "Beach Life" van het Nederlands Bureau van Toerisme sluiten hierop aan.

❖ **Winkelen en evenementen**

De stad Alkmaar trekt alleen al 300.000 bezoekers per jaar naar de kaasmarkt. Daarnaast behoort Alkmaar tot de aantrekkelijkste winkelsteden van Nederland. Met Middenwaard heeft de regio het grootste overdekte winkelcentrum in de Top van Holland (boven het Noordzeekanaal). De Caravan Boulevard trekt jaarlijks veel bezoekers. Door de hele regio zijn er jaarrond diverse evenementen. Uitbouw hiervan is nodig om bezoekers en consumenten te blijven boeien, in te spelen op internetwinkelen en hiermee de concurrentie aan te gaan. Met het gevarieerde horeca- en culturele aanbod dat regio Alkmaar heeft, zou dat mogelijk moeten zijn.

Regio Alkmaar richt zich vooral op verlenging van het dagverblijf en het aantrekkelijk houden en waar mogelijk moderniseren van de stads- en dorpscentra en het winkel- en evenementenaanbod.

Thema's voor organisatie en randvoorwaarden:

Daarnaast zijn er thema's waar de gemeenten en de toeristische partners zelf aan moeten (blijven) werken. Dat gaat dan om organisatorische aspecten en het scheppen van randvoorwaarden. Denk daarbij bijvoorbeeld aan:

❖ **Overnachtingsmogelijkheden**

Een verblijf aan de kust met een breed cultureel aanbod in de stad en in de dorpen, met evenementen, musea en attracties achter de duinen, vraagt om goede verblijfsmogelijkheden. Regio Alkmaar richt zich op regionale versterking van de mogelijkheden om te overnachten.

❖ **Attracties in Regio Alkmaar**

Nieuwe toeristische attracties en evenementen zijn uitstekende publiekstrekken. In samenwerking met het bedrijfsleven wordt gekeken welke nieuwe toeristische attracties kunnen worden ingezet om meer bezoekers naar de regio te trekken.

Regio Alkmaar richt zich hierbij op productontwikkeling in aansluiting op de bestaande toeristische attracties.

❖ **Samenhang, Promotie en Kennis.** De toeristische sector is segmentarisch en is daarmee verdeeld over veel sectoren en vele bedrijven en organisaties. Toeristische trekkers variëren van musea tot strandbezoek, van winkelen tot congressen, van fietsen tot popconcerten, enzovoort. Regio Alkmaar biedt al deze toeristische mogelijkheden, maar maakt dit niet voldoende zichtbaar. Geen van de organisaties die op dit moment actief zijn op het gebied van recreatie, cultuur en toerisme heeft Regio Alkmaar tot zijn totale werkgebied of behandelt de regio als eenheid. En iedere gemeente heeft met deze organisaties eigen individuele (of helemaal geen) afspraken, waardoor Leisure –onderwerpen zelden hun weg vinden naar het gezamenlijke PORA overleg.

Regio Alkmaar heeft als doel het realiseren van herkenbare organisatiestructuren voor haar regio (en mogelijk voor geheel Noord-Holland Noord) op het gebied van Leisure, zodat er in Regio Alkmaar met een duidelijke regie beter en gezamenlijk gewerkt kan worden aan de positionering van en de kennis over ons gebied.

Hieronder staat een overzicht van de gewenste activiteiten van de Regio Alkmaar ingedeeld naar de thema's. Het zijn de toeristische speerpunten van de regio. Het overzicht moet niet gelezen worden als een uitvoeringsplan waar derden rechten aan kunnen ontleen.

Cultuurhistorie/regionale iconen			
Doel: Regio Alkmaar richt zich op het versterken van de beleving en het vergroten van de bekendheid van de in haar regio gelegen iconen en cultuurhistorie.			
Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Erfgoededucatie	Regio Alkmaar wil dat de bewoners en toeristen de verhalen van de regio kennen, er trots op zijn en deze uitdragen. Projecten als Huis van Verleden,, Ambassadeurs van.., Inholland / LIA dragen bij aan kennis over ons erfgoed / landschap. Actie: verkennen van aanbod en maken van een plan van aanpak.	CultuurComp	
Promotie cultuurhistorie aan zee en polders.	Cultuurhistorische panden en erfgoed in de steden/dorpen promoten in samenhang met kust en polders.	VVV	
Kaas en de historische economie	De kaasmarkt trekt veel bezoekers. Elementen toevoegen zoals bootjes uit de Langedijker Broekerveiling die door de grachten varen, geeft meerwaarde. Het thematisch koppelen van de kaasmarkt en Broekerveiling aan het Poldermuseum en de Schermermolens geeft verdieping aan het cultuurhistorische verhaal van de regio. Actie: kaasmarkt meer uitbouwen		
Watericonen	Promoten watericonen: • Westfrieze Omringdijk • Land van Leeghwater • Hondsbossche Zeewering: Kust op kracht • Noordzeekanaal: Noord Holland Biënnale • De West-Frieze waterweken • Vaarroutes Noord Holland met staande mastroute • Kanoroutes • Het sloepennetwerk en havens	CultuurComp Gemeenten Rijkswaterst. NHBiennale	continue continue 2013-2015 2013-2015 2014

Natuurlijk sportief			
Doel: faciliteren van recreatienetwerken			
Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Netwerken	In Regio Alkmaar wordt gewerkt aan of gestart met de realisatie van de volgende netwerken: • Fietsroute netwerk • Sloepennetwerk Laag Holland • Wandelnetwerk N Kennemerland en Laag Holland • Rustpunten Laag Holland en Kennemerland • TOP's Laag Holland , TOP's Kennemerland • Ruiterroutes • Kanoroutes	Recreatie NH Beheerstg FRN	2014 2014
Duurzaamheid	Elektrisch varen promoten		
Routes	Regio Alkmaar kent diverse (interactieve) routes: • met een thema zoals de Stadwandelroute, Brede Duinen route, Leeghwaterroute, Monnikenpad, het Heerhugopad, de Waertse Ronde, Stolpenroutes, het Eerstelingenpad etc.		

	onderdeel lange afstandroutes: LF15 (fietsroute Alkmaar-Enschede), LAW 2 (Hollands Kustpad), LAW 5 (Trekvogelpad Bergen -Enschede), Noord-Hollandpad, Staande Mastroute A'dam –Den Helder, wandelnetwerk Bergen-Alkmaar-Heiloo. Regio Alkmaar wil zich inzetten op het promoten van bestaande en/of nieuwe routes in combinatie met ondernemers (verblijf, bezoek attracties, horeca).		
Sportevenementen inzetten als toeristische trekker	Landelijke (of zelfs internationale) competities zoals de Childrens Games kunnen worden ingezet om meer bezoekers naar Regio Alkmaar te halen.		

Winkelen en evenementen

Doel: Winkelaanbod aantrekkelijk houden en evenementen de aantrekkelijkheid van de steden en dorpen laten versterken.

Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Winkelaanbod	Winkelaanbod aantrekkelijk houden		
Evenementen	Evenementen faciliteren		

Overnachtingsmogelijkheden

Doel: versterking van overnachtingsmogelijkheden

Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Water	- Waterkansenkaart - Kwaliteitsverbetering (water)recreatieve ondernemers - Voorzieningen voor watertoeristen aanleggen/verbeteren.	ONHN	2014
Camperfaciliteiten	- Onderzoek naar regionale camperfaciliteiten - Promoten verblijfplaatsen en – faciliteiten voor campers.	Stichting Ondersteuning Bedrijvigheid NHN	
Nieuwe vormen van overnachten	Overnachten op het strand, bij de boer of in het bos. Het gaat hier om het faciliteren van nieuwe overnachtingsmogelijkheden.		

Attracties in Regio Alkmaar

Doel: verlenging bezoek toeristen

Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Verbindingen tussen attracties	- Hop on, hop off bus onderzoeken - Toeristische Overstap Plaatsen (TOP's) realiseren - Arrangementen, meerdaagse route's ontwikkelen		
Productontwikkeling	Idee: Nieuwe toeristische attracties/evenementen trekken bezoekers. In samenwerking met het bedrijfsleven wordt onderzocht of en welke nieuwe toeristische attracties kunnen worden ingezet.		

Samenhang, promotie en kennis			
Doel: Regio Alkmaar heeft als doel het realiseren van herkenbare organisatiestructuren voor haar regio (en mogelijk voor geheel Noord Holland Noord) op het gebied van Leisure, zodat er in Regio Alkmaar met een duidelijke regie beter en gezamenlijk gewerkt kan worden aan de positionering van en kennis over ons gebied.			
Aandachtspunten	Projecten / vraag:	Trekker	tijdpad
Toeristische organisaties en promotie van Noord Holland Noord.	- Hoe kunnen de regio-VVV's in Noord-Holland Noord door nauwere samenwerking (of fusie) goedkoper en efficiënter werken? Welke taken (backoffice, database, destinationmarketing?) willen we gezamenlijk uitvoeren / financieren? - UIT-in-Noord-Holland heeft een UITkalender en UITpunten. Welke samenwerking met de regio-VVV, regio Alkmaar of Noord-Holland-Noord?	LB	2014 2014
Regio Alkmaar promotie / marketingplan	Diverse gemeenten werken samen met hun ondernemers, die wel/niet banden onderhouden met de regio VVV, promotiepartijen en/of bezoekerscentra. Hoe kunnen deze partijen samenwerken om Regio Alkmaar te vermarkten; mogelijk hun databeheer delen, ook met VVV's, websites, apps, Regiopas?		
Recreatieplannen	In Regio Alkmaar liggen drie recreatieschappen en twee recreatienetwerken / gebiedscommissies. Een gezamenlijk recreatieplan(kaart) van Regio Alkmaar met bestaande recreatiemogelijkheden en plannen ontbreekt. Zowel voor promotionele doeleinden, als beleidvorming is zo'n beeld gewenst. Stap 1: maken van een Recreatieplankaart voor Regio Alkmaar, eventueel ook met aantrekkelijke recreatiekaart.		
Recreatiebeheer	Uit de provinciale agenda Groen blijkt dat de provincie NH inzet op participatie in de recreatieschappen RAUM en Waterland, maar niet meer in Geestmerambacht. Hoe willen we als Regio Alkmaar hier mee omgaan?		
Cross Over	In samenwerking met de boards wordt gekeken naar: - mogelijkheden inzet op streekproducten / streekmarkt. - zakelijke markt - zorgtoerisme	ONHN	2014
Infostructuur op Hubs	Concrete opdracht vanuit het bedrijfsleven om het aanbod in de regio bekend te maken op plaatsen waar veel (potentiële) bezoekers/bewoners zijn of langskomen (Schiphol, havens, Amsterdam, afsluitdijk, NS stations).	LB	2014-2015
Effectiviteitanalyse en monitoring	Wat is de spin off / wat zijn de effecten van diverse evenementen danwel marketinguitingen?		
Kennisvergroting leisure nut en mogelijkheden	Via onderwijs regulier en cursussen (vrijwilligers, ondernemers, bestuur etc.) de kennis vergroten over leisure in de Regio NHN. Wat levert het op en wat doen de diverse stichtingen (VVV, Leisure Board, Vrijetijdsindustrie, Cultuurcompagie etc.) en overheden? Maken plan van aanpak.	LB	2014-2015

Bijlage: Extra inhoudelijke informatie

Het gebied Regio Alkmaar

De Regio Alkmaar is, als onderdeel van Noord Holland Noord, in toeristisch opzicht een aantrekkelijk gebied met verschillende kwaliteiten. Belangrijke identiteiten in het gebied zijn de Noordzeekust, de West-Friese Omringdijk, het Nationale Landschap Laag Holland en oud Hollandse dorpen en stadjes. In het westen de Noordzeekust met stranden en duinen met verschillende badplaatsen met hun eigen historie. Daarachter ligt een veen- en polderlandschap en het oer-IJ. En verspreid door het gebied zijn steden van allerlei leeftijden en groottes, ieder met hun eigen sfeer en kwaliteiten, te vinden. De regio beschikt naast deze diversiteit aan landschappen over een ruime variëteit aan toeristische en recreatieve mogelijkheden en voorzieningen zoals dagattracties, cultuurhistorie, musea, sportcomplexen, theaters, winkels en routenetwerken.

Marktontwikkelingen

Of er toeristisch-recreatieve groei kan worden gerealiseerd, is grotendeels afhankelijk van de ontwikkelingen in de markt. De belangrijkste marktontwikkelingen en (landelijke) trends staan hieronder kort weergegeven.

Demografische ontwikkelingen

- Toename van het aantal senioren. Niet alleen blijven zij langer actief en fit, maar ook zijn zij in toenemende mate kapitaalkrachtig;
- Afname van het aantal jongeren als percentage van de totale bevolking (ontgroening);
- Toename van het aantal een- en tweepersoonshuishoudens;
- Groter aandeel allochtonen in de totale bevolking. Voor wat betreft toerisme en recreatie zullen allochtonen steeds minder aan de etnische cultuur hangen.

Sociale trends

- Beleving komt steeds meer centraal te staan; consumenten willen (actief) iets bijzonders en origineels meemaken;
- Tijdgebrek: doordat in veel huishoudens tegenwoordig beide partners werken, komt men onder steeds grotere tijdsdruk te staan. Tevens ontstaat door het gevoel van drukte de trend van onthaasting;
- In de afgelopen jaren steeg het aantal vrijetijdsactiviteiten waarin de gemiddelde Nederlander deelneemt, terwijl de gemiddelde bestede tijd per vrijetijdsactiviteit in dezelfde periode daalde.
- De verwachtingen ten aanzien van vrije tijd liggen hoger. De schaarse beschikbare vrije tijd moet zo optimaal mogelijk ingevuld worden. De vraag naar kwaliteit zal daardoor toenemen.
- Als tegenreactie op de globalisering komt de lokalisering naar voren, de zoektocht naar het authentieke en eigen identiteit. Er ontstaat bij velen de behoefte aan oorspronkelijkheid, hetgeen zich uit in bijvoorbeeld een toenemende belangstelling voor cultuurhistorie;
- Veel consumenten hebben meer aandacht voor gezondheid, duurzaamheid en biologische voeding; de zogenoemde “wellness-trend”;
- Digitalisering: steeds meer mensen hebben toegang tot internet en het gemiddelde gebruik per persoon neemt toe. Daardoor wordt internet steeds belangrijker voor informatievoorziening. En ook de middelen om toegang te hebben tot digitale informatie.

Ontwikkelingen op het gebied van vakanties en dagtochten

- Toename van het aantal vakanties per persoon, waarbij er met name een sterke toename van het aantal “short breaks” is te signaleren: de afgelopen tien jaar is het aandeel van de short breaks in het vakantiepatroon met maar liefst 75% toegenomen;
- Door de toename van het aantal vakanties per persoon is er sprake van een vakantiespreiding over de seizoenen;
- Toenemende concurrentie van (verre) low-costbestemmingen; een vakantie in het buitenland kan daardoor even duur zijn als een binnenlandse vakantie. Omgekeerd heeft dit ook het effect dat een vakantie in Nederland voor steeds meer buitenlanders haalbaar is;

- Stijging aantal dagtochten, met name in de weekenden van de schouderseizoenen. In 2002 werden er in Nederland 981,6 miljoen binnenlandse dagtochten ondernomen.
- Toename van het aanbod van musea en attracties leidt niet automatisch tot een toename van het totale aantal bezoekers door de grotere concurrentie in en buiten de regio.

Kenmerken toeristische sector

Kleinschaligheid. Toeristische bedrijven zijn in vergelijking met veel andere economische sectoren relatief kleinschalig van omvang. In bijvoorbeeld de horeca die een belangrijk stempel drukt op de toeristische sector, ontbreken bedrijven met meer dan 50 werkzame personen nagenoeg. In vergelijking met de gemiddelde bedrijfsgrootte van alle bedrijven in Nederland zijn het juist de bedrijven met 2 tot maximaal 20 werkzame personen die relatief zijn oververtegenwoordigd. Ook in een sector als “cultuur, sport en recreatie” waarin relatief veel toeristische bedrijven zijn terug te vinden, is sprake van een vergelijkbaar beeld al zijn hier in vergelijking met de horeca ook grotere bedrijven actief. De kleinschaligheid van de sector kan tegelijkertijd een kracht, maar ook een zwakte zijn. Door het grote aantal bedrijven is de diversiteit ook groot, maar is er tegelijkertijd weinig organisatiekracht beschikbaar voor samenwerking, innovatie en promotie.

Vergrijzing. Veel kleine toeristische ondernemers die geen uitzicht hebben op overname, zelf ouder zijn en een vergrijzende doelgroep hebben.

Natuurbeperkingen. Natura 2000-gebieden en gebieden van de Ecologische Hoofd Structuur (EHS) die beperkende invloed hebben op de mogelijkheden voor toerisme.

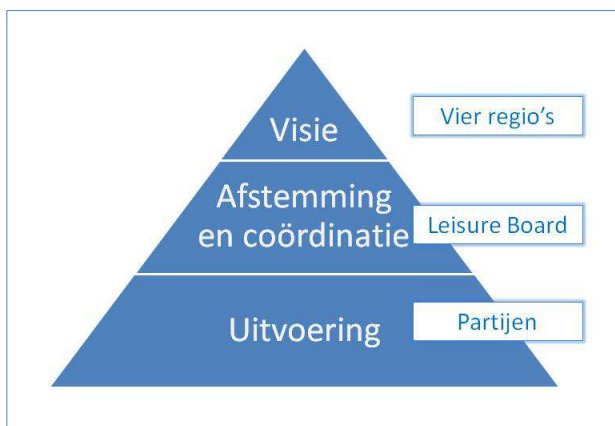
Segmentatie. De toeristische sector is niet alleen verdeeld over vele bedrijven, maar ook over veel sectoren. Gastvrij Nederland (de Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd) vertegenwoordigt 16 branches en organisaties in de gastvrijheidseconomie. Het varieert van musea en cultuur, sporten en recreatief winkelen tot dagrecreatie en overnachtingen. Ook in de gebruikte vaktermen als plattelandstoerisme, citymarketing en cultuurmarketing is de segmentatie zichtbaar.

Locatiegebonden. In de sector is productie op afstand niet mogelijk. De kwaliteit van het product is doorslaggevend. Er vindt in de markt een verschuiving plaats van product- naar belevingsoriëntatie. Een goede concurrentiepositie is daarbij van belang. Voldoet een product niet dan zal de keuze op andere destinaties vallen.

Rol overheid. Ondernemers zijn vaak gericht op de eigen onderneming. De overheid moet een gunstig ondernemersklimaat actief bevorderen. Een aantrekkelijk vrijetijdsaanbod alleen is niet genoeg om de gastvrijheidseconomie verder te ontwikkelen. Het is nodig dat consumenten in aanraking (blijven) komen met het divers en unieke aanbod van de Regio Alkmaar. Daarvoor moet vraag en aanbod bij elkaar gebracht worden door middel van promotiecampagnes en andere gasheerschapstaken. Zo wordt het (herhaal) bezoek van de gastvrijheidconsument gestimuleerd en de economische waarde van de gastvrijheidseconomie vergroot. Daarvoor is naast de bijdrage van het (georganiseerde) bedrijfsleven, ook een rol weggelegd voor Regio Alkmaar om samenhang, promotie en visievorming in de regio aan te brengen.

Spelers en rollen

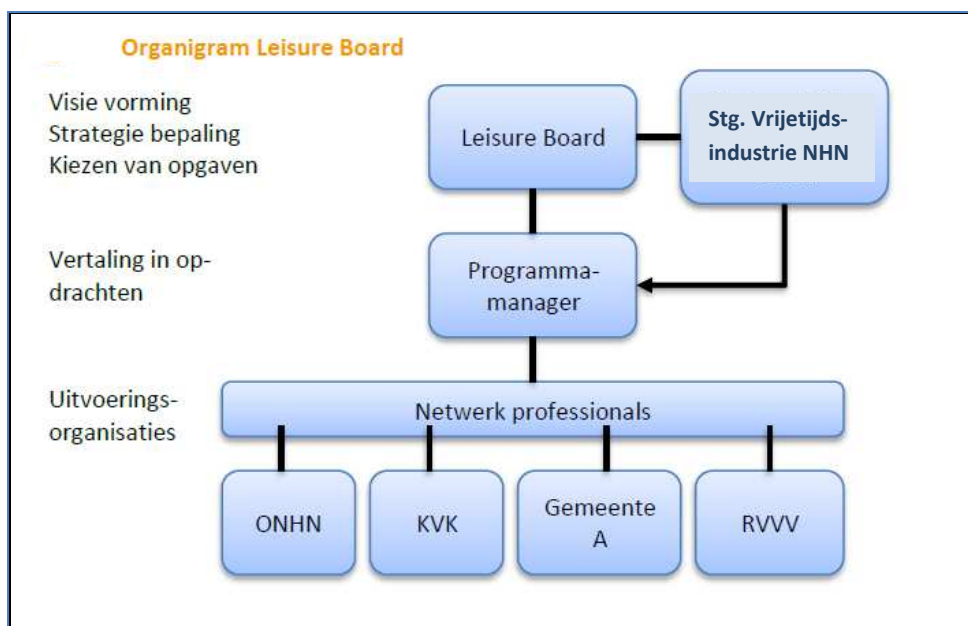
In Regio Alkmaar werken de gemeenten Alkmaar, Bergen, Castricum, Graft-De Rijp, Heiloo, Heerhugowaard, Langedijk en Schermer op vele onderwerpen samen. In bestuurlijk opzicht is de inhoudelijke samenwerking geregeld in een overleg van wethouders met een specifiek onderwerp in hun portefeuille. In een Portefeuillehouders Overleg Regio Alkmaar (een PORA) zijn altijd alle 8 gemeente vertegenwoordigd door hun wethouder. De wethouders overleggen over een gezamenlijke aanpak en maken soms regionaal afspraken. Besluitvorming



vindt echter altijd in de eigen gemeente plaats. De toeristische onderwerpen worden in het PORA Economische Zaken, Toerisme & Recreatie besproken.

De Regio Alkmaar maakt onderdeel uit van de grotere regio Noord Holland Noord. Met West Friesland en de Kop van Noord Holland wordt gewerkt aan ruimtelijk economische versterking door in te zetten op de vijf economisch meest kansrijke clusters, waaronder Toerisme & Recreatie. De opzet van de boards is gebaseerd op de zogeheten triple-O-aanpak tussen Ondernemers, Overheid, en Onderwijs. De regionaal economische samenwerking heeft een goed georganiseerd bestuurlijk overleg en afstemmingsstructuur nodig. Het Regionaal Economisch Overleg Noord-Holland Noord (REON) voorziet hierin. Hierin zijn alle aandeelhouders van het Ontwikkelbedrijf Noord-Holland Noord (ONHN) vertegenwoordigd. Het REON adviseert de aandeelhoudersvergadering over de te nemen besluiten. Op de schaal van Noord-Holland Noord is ervoor gekozen om de economische inspanningen te focussen op 5 clusters: Agri, Maritiem, Toerisme & Recreatie, Duurzame energie en Medisch. Per cluster zijn Boards opgericht om deze clusters te ontwikkelen. Voor de cluster Toerisme & Recreatie is dat de Leisure Board. ONHN voert projecten uit van de boards en doet dit onder de vlag van de boards en/of de regio in totaliteit. ONHN is de uitvoeringsorganisatie van de regio. Daarbij zijn er verschillende lokale en regionale organisaties die ONHN kan betrekken bij het realiseren van de regionale ambities en opdrachten.

De Leisure Board is het strategisch platform en vormt samen met de stichting Vrijetijdsindustrie NHN en het Professionele Netwerk Leisure Board de motor om de leisure doelstelling te bereiken.



De Leisure Board bestaat uit leden vanuit overheid, bedrijfsleven en onderwijs (Triple Helix). De Regio Alkmaar wordt in de Leisure Board vertegenwoordigd door een wethouder uit het Portefeuillehouders Overleg Regio Alkmaar (PORA). De Leisure Board voert zelf geen projecten uit. Hiervoor is het Professionele Netwerk in het leven geroepen; deze bestaat uit vertegenwoordigers van uitvoerende organisaties. Dit netwerk van professionals is onmisbaar om de operationele samenwerking tussen de uitvoerende organisaties daadwerkelijk vorm te geven. Alleen dan kan de doelstelling 'verbinding van bestaande middelen en kwaliteiten' bereikt worden. Ook is vanuit het Professionele Netwerk kennisinbreng nodig van operationele zaken zodat LB leden de juiste strategische beslissingen kunnen nemen.

De Stichting Vrijetijdsindustrie Noord-Holland Noord is een club ondernemers gevormd uit de 150 grootste bedrijven in de vrijetijdssector van Noord-Holland Noord. Zij werken met elkaar aan het gezamenlijke belang: meer toeristen naar deze regio trekken.

Ook de provincie Noord Holland is een belangrijke speler. Zij legt de focus op die thema's die van directe invloed zijn op de ontwikkeling van het toerisme in de provincie:

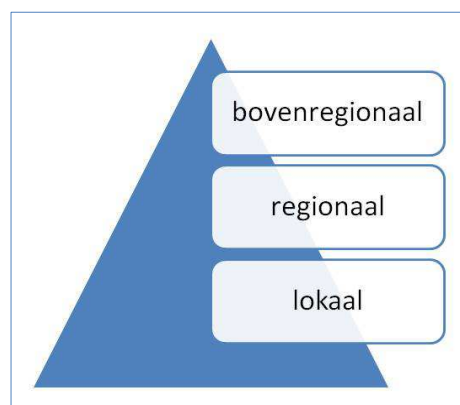
- Kwaliteitsverbetering van het toeristisch product
- Duurzaam ruimtegebruik voor toerisme stimuleren
- Versterking van de positie van Noord-Holland als vooraanstaande watersportprovincie

Uitvoeringsniveaus

ONHN is als uitvoerder van de regio een compacte organisatie. Dat vraagt in sterke mate om het maken van keuzes welke projecten door ONHN opgepakt worden. Er zijn verschillende niveaus van uitvoering van voor toeristische de projecten:

Aanbod dat op bovenregionaal niveau ontwikkeld of gecoördineerd moet worden zal bij de uitvoeringsentiteit voor bovenregionale samenwerking neergelegd worden. Aanbod op regionaal niveau kan door allianties van samenwerkende ondernemers, particuliere organisaties en gemeenten uitgevoerd en gecoördineerd worden. Het lokale aanbod wordt solitair door ondernemers, particuliere organisaties en gemeenten gedaan.

Al het aanbod – bestaand en nieuw te ontwikkelen - draagt bij aan het versterken van het totale aanbod vanuit de regio, maar dan zit er voor de sturing vanuit de regionale samenwerking wel een duidelijke focus in, terwijl het direct voor alle betrokkenen duidelijk is dat ze een bijdrage aan dat totaal leveren.



Werkgelegenheid

De meest recente cijfers over de werkgelegenheid en het aantal bedrijven in Regio Alkmaar op het gebied van Recreatie & Toerisme zijn van 2010.

Recreatie en Toerisme Totaal

jaar 2010				
	banen	rangorde	bedrijven	rangorde
Alkmaar	2.433	1	623	1
Bergen	1.821	2	389	2
Castricum	995	3	185	4
Graft-De Rijp	128	7	47	7
Heerhugowaard	933	4	239	3
Heiloo	537	5	137	5
Langedijk	451	6	135	6
Schermer	67	8	43	8
Totaal	7.365		1.798	

bron: <http://noordholland.databank.nl>