



Regio Alkmaar: Parel aan Zee

Toeristische Visie 2025, een samenvatting

Toeristisch Recreatief Actieplan 2015



22 januari 2015

Inleiding

Toerisme en recreatie is voor de Regio Alkmaar een belangrijke economische sector. Deze sector levert een wezenlijke bijdrage aan de aantrekkelijkheid van de leefomgeving en draagt economisch bij aan het versterken van de ontwikkeling van kust, stedelijk gebied en platteland.

Voor de Regio Alkmaar is het essentieel goed in te spelen op kansen en ontwikkelingen. In demografisch opzicht wordt enerzijds verwacht dat meer mensen tijd zullen hebben om te recreëren. Anderzijds biedt de vergrijzende populatie mogelijkheden voor de ontwikkeling van zorgtoerisme. Trends, zoals vaker korter op vakantie en in groepsverband recreëren, spelen ook een rol. Dit vereist ook innovatie van de sector. De gemeenten binnen de Regio Alkmaar kunnen bijdragen aan de groei van de sector en de verbetering van de concurrentiepositie. Dit is met name een faciliterende rol, waarbij de sector vaak de initiatiefnemer is, met de overheid als (belangrijke) partner. Op gebied van promotie / branding hebben overheden meer dan een faciliterende rol.

De hoofddoelstelling op het gebied van toerisme en recreatie is om meer toeristen en recreanten naar dit gebied te halen en hier langer te laten verblijven zodat de bestedingen in de regio toenemen. De aantrekkelijkheid van de regio behouden en versterken is daarbij ook een belangrijke doelstelling binnen de toeristische cluster. Om de activiteiten van de Regio Alkmaar samenhang te geven is de toeristisch recreatieve visie “Regio Alkmaar: Parel aan Zee” opgesteld. Het Toeristisch Recreatief Actieplan 2015 dat voor u ligt, is de eerste concrete uitwerking daarvan. Voor ieder volgend jaar wordt steeds - in overleg met het netwerk - een actieplan opgesteld. Op deze manier zorgen we er voor dat de actieplannen actueel blijven en dat ingespeeld kan worden op de ontwikkelingen in de sector en regio. De Toeristisch - Recreatieve visie Regio Alkmaar 2025 is gebaseerd op de Economische uitvoeringsagenda Regio Alkmaar 2012-2014.

In de vrijetijdssector draait het om samenwerken, om bruisende creativiteit, om aanpassen aan snelle veranderingen. Voor succes is passie, deskundigheid en improvisatietalent nodig. En soms hoort daar het nemen van risico's bij. Daar is lef voor nodig en het maken van de juiste strategische keuzes. De Regio Alkmaar kiest ervoor om de regionale versterking van de sector van onderop op te bouwen. Dat betekent dat de overheden gezamenlijk met de ondernemers uitvoering willen geven aan de uitvoering van het Toeristisch Recreatief Actieplan. Uitgangspunt is ook dat deze uitvoering vooral gebaseerd is op het herschikken van bestaande middelen. De regio blijft nadrukkelijk de bovenregionale en provinciale ontwikkelingen in de vrijetijdssector volgen en zal vanuit de eigen regionale kracht aanhaken bij initiatieven waar dat zinvol is.

Toeristische Visie 2025, een samenvatting

De Regio Alkmaar

De Regio Alkmaar bestaat uit 7 gemeenten, te weten: Alkmaar, Bergen, Castricum, Heiloo, Heerhugowaard, Langedijk en Uitgeest. In de Regio Alkmaar wonen ca. 287.000 inwoners¹.

Het aantal recreatieve activiteiten in de Regio Alkmaar door niet-regiobewoners was in 2012 in totaal 24,5 miljoen. Het aantal binnenlandse vakanties in de regio in datzelfde jaar was 344.000². De belangrijkste economische cijfers (per jaar) voor de Regio Alkmaar³:

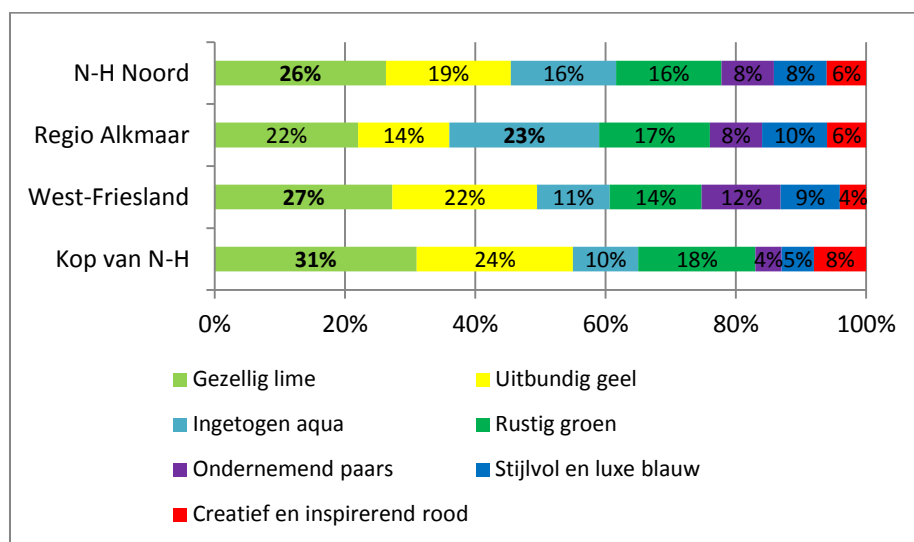
- € 770.091.000 aan totale Nederlandse dagrecreatieve bestedingen, waarvan 60% aan funshoppen;
- € 51.527.000 aan totale Nederlandse verblijfstoeristische bestedingen;
- 1.798 toeristisch-recreatieve bedrijven en 7.365 banen.

Ten opzichte van andere regio's in Noord-Holland Noord heeft de Regio Alkmaar:

- een groot aandeel van alle directe dagrecreatieve en van alle binnenlandse toeristische bestedingen, namelijk de helft;
- hoge toeristische bestedingen (ook per persoon), maar lagere bestedingen op vaste staanplaatsen;
- hogere dagrecreatieve bestedingen per inwoner in de regio;
- hoog aandeel van banen in toeristisch-recreatieve sector (de helft van de regio Noord-Holland Noord), met hoog aandeel in verblijfssector en sport, en laag aandeel watersport.

Huidige vraag dagrecreanten

(Dag)recreanten zijn inwoners van en bezoekers aan de regio zonder dat ze blijven overnachten. De (RECRON Innovatie Campagne) leefstijlen van de inwoners (de dagrecreant) van de Regio Alkmaar en Noord-Holland Noord zijn de volgende:



De grootste groep inwoners in de Regio Alkmaar is ingetogen aqua; bovendien komt deze groep ook nog eens bovengemiddeld veel voor in de regio. In de andere regio's zien we dat de leefstijlen gezellig lime én uitbundig geel de grootste groepen zijn. De Regio Alkmaar laat dus een duidelijk onderscheidend profiel zien.

¹ Centraal Bureau voor de Statistiek, Bevolkingsregister, 2014

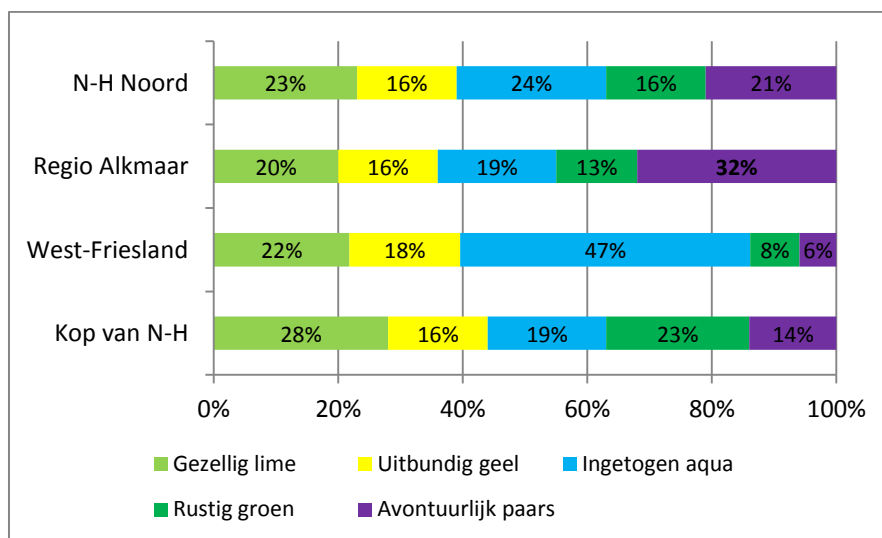
² Bron: Bezoek en imago Noord-Holland Noord, 2013. Graft - De Rijk is in dit onderzoek niet bij de Regio Alkmaar ingedeeld.

³ Bron: Databank Noord-Holland, onderdeel Kenniscentrum Leisure Board (CVTO en CVO-cijfers)

De grootste groep inwoners in de regio Alkmaar heeft de leefstijl ingetogen aqua: dit zijn geïnteresseerde recreanten, die inspirerende activiteiten zoeken. Ze gaan vaak samen met hun partner op stap, waarderen natuur en cultuur en willen betekenisvol deelnemen aan de maatschappij. Duurzaamheid is een thema dat hen aanspreekt en aqua wil zich graag verdiepen in het verhaal van de streek.

Huidige vraag verblijfstoeristen

De populairste bestemmingen zijn de stad Alkmaar en de badplaatsen Bergen, Castricum, Egmond en Schoorl. Ook op Noord-Holland Noord niveau zijn dit de belangrijkste plaatsen waar de meeste toeristen overnachten. De leefstijlen van Nederlandse toeristen die de Regio Alkmaar en Noord-Holland Noord bezoeken zijn de volgende:



In de Regio Alkmaar verblijven hoofdzakelijk Nederlandse toeristen met de leefstijl Avontuurlijk paars. Dit is een combinatie van de leefstijlen ondernemend paars, stijlvol & luxe blauw en creatief & inspirerend rood. Het gaat met 32% om een opvallend hoog percentage, zeker in vergelijking met de overige regio's. De Regio Alkmaar laat dus een duidelijk onderscheidend profiel zien.

De grootste groep Nederlandse toeristen aan de Regio Alkmaar heeft de leefstijl avontuurlijk paars. Deze groep laat zich graag verrassen en inspireren. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, ze zijn op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ze overnachten graag op een bijzondere plek in een unieke accommodatie, zowel back-to-basic als luxe.

Toeristisch-recreatief aanbod

De regio Alkmaar is al een aantrekkelijke regio voor toeristen om te bezoeken. Met de kaasmarkt, polders, duinen, stranden, water, het cultuurhistorisch achterland, winkelen en diverse musea is het 'Holland in een notendop'. Het samenspel van landschappen en voorzieningen vormen samen de identiteit van de Regio Alkmaar. De regio biedt alles wat 'typisch Hollands' is. Voor een uitgebreidere beschrijving van het aanbod zie bijlage 1.

Actieplan 2015

Dit uitvoeringsplan 2015 is een nadere uitwerking van de speerpunten en uitvoeringsagenda zoals beschreven in de toeristisch - recreatieve visie Regio Alkmaar: Parel aan Zee. Er zijn 7 projecten geselecteerd die in 2015 opgepakt worden. Gekozen is voor projecten die het vrijetijdsprofiel van de regio zichtbaar versterken en die mogelijkheden voor ondernemers bieden om daarmee nieuwe product markt combinaties te kunnen ontwikkelen.

Twee projecten moeten de promotie van de regio versterken: het opstellen van een regionaal marketingplan en een evenementenkalender.

Vier projecten zijn gericht op het bundelen en verder versterken van belangrijke kwaliteiten van de regio. Het versterken en uitbouwen van het routeaanbod, om de mooie omgeving van regio Alkmaar te ontdekken op een sportieve en actieve manier. Het bundelen en ontsluiten van waterrecreatieve mogelijkheden voor de verschillende watersportvormen. De routenetwerken worden beter benut in combinatie met toeristische overstap punten en rustpunten. De regio is sterk in cultuur en cultuurhistorie maar weet dit nog onvoldoende zichtbaar te maken.

Verblijfsrecreatie is geselecteerd omdat de randvoorwaarden op ruimtelijk gebied steeds vaker op regionaal niveau vastgesteld dienen te worden.

De uitvoering van het actieplan is gebaseerd op het idee van de lichte netwerkstructuur. De regionale overheid heeft een initiërende en stimulerende rol, maar wil de uitvoering van het actieplan nadrukkelijk samen met ondernemers en marketingorganisaties doen. Toerisme, recreatie, cultuur, erfgoed en sport worden in het organisatiemodel van de regio ingebed door de bestuurlijke afstemming en besluitvorming die nodig is, plaats te laten vinden in een PORA. Namens het PORA worden vanuit de ambtelijke ondersteuning samen met de netwerk partners naar behoefte bijeenkomsten georganiseerd.

Voor de uitvoering van het Toeristisch Recreatief Actieplan wordt per gemeente naar vermogen ambtelijke capaciteit ter beschikking gesteld. Door de voorbereiding en uitvoering van een project in principe door één lid van de ambtelijke werkgroep te laten doen, ontstaat een efficiënte werkwijze binnen de regio. De taken uit het actieplan worden verdeeld tussen de gemeentelijke deelnemers en de netwerkpartners. Op deze wijze ontstaat een samenhangend netwerk op toeristisch gebied in de Regio Alkmaar.

Inleiding

In de toeristisch – recreatieve SWOT Regio Alkmaar wordt als zwak punt genoemd de onbekendheid met het aanbod, de lage vindbaarheid en (te) weinig fysieke en digitale informatie. Door een goede promotie en marketing strategie te kiezen kan de vindbaarheid van het bestaande aanbod en de positionering en zichtbaarheid van de (identiteit van de) regio verbeterd worden.

Een destiniatiemarketing strategie voor Noord-Holland Noord komt binnenkort met de Quick Wins voor Holland boven Amsterdam beschikbaar. Deze is gericht op verblijfsbezoekers van buiten de regio. Aanvullend is samenwerken op de schaal van Regio Alkmaar van belang om het aanbod voor de eigen bewoners (door) te ontwikkelen, te verbinden en te ontsluiten. Afstemming met de Quick Wins voor Holland boven Amsterdam is een permanent proces.

Het onderscheidend vermogen van de regio Alkmaar is het belangrijkste uitgangspunt. Door de inzet van promotie en marketing worden inwoners en bezoekers verleid om hun vrije tijd in de regio door te brengen. Dat is des te belangrijker omdat de concurrentie in de toeristische sector toeneemt en de bezoeker keuze heeft uit veel en verschillende bestemmingen.

Inventarisatie huidige situatie

De marketing strategie is: informeren, interesseren en interactie. Dit houdt in:

- Informeren: de inwoners en bezoekers laten weten welk specifiek aanbod Regio Alkmaar heeft.
- Interesseren: de unieke kenmerken Regio Alkmaar laten zien, zodat de interesse gewekt wordt.
- (Inter)actie: een relatie opbouwen en onderhouden met de inwoners en bezoekers.

Veruit de belangrijkste reden (40%) voor het niet brengen van recreatief bezoek is onbekendheid met het aanbod en de mogelijkheden (Bezoek en imago Noord-Holland Noord, 2013, I&O research). Er moet een overzicht gemaakt worden van het bestaande aanbod: dagattracties, arrangementen, verblijfsaccommodaties, routes, evenementen en verhalen.

Doel

Het doel is het opzetten, versterken en uitbouwen van een strategische regionale marketing met het onderscheidend vermogen van Regio Alkmaar als belangrijk uitgangspunt. En aanvullend:

- Promotie Holland in het Klein. Bekend maken van het huidige toeristisch recreatieve aanbod van Regio Alkmaar en het vergroten van de naamsbekendheid Regio Alkmaar.
- Bevordering cultuurtoerisme. Inwoners en bezoekers in contact brengen met het aanbod op het gebied van cultuurtoerisme door arrangementen en productontwikkeling (zie blad verhalen).
- Verbinden van aanbod. Bijvoorbeeld door het introduceren van een Regio Alkmaar passe-partout: bezoekers kunnen hun eigen programma in Regio Alkmaar bepalen.
- Promotie van evenementen en publieksattracties. Meer samenhang en bekendheid van (de grotere) evenementen in de regio dmv een regionale evenementenkalender (UIT agenda).

Het aanbod visualiseren met een website en online producten zoals een app, social media en film.

Doelgroepen

- Bewoners (gebruikmakend van de leefstijlatlas)
- Bezoekers, individueel (Nederlander, Duitsland, Engeland)
 - Bestaande bezoekers, die bijvoorbeeld verblijven in regio Alkmaar, aan de kust
- Groepsmarkt
 - Leisure markt
 - Zakelijke markt (waaronder touroperators)

De focus ligt op de individuele markt en dan met name families met kinderen en senioren.

Rol gemeenten

Van overheden wordt een initiërende rol verwacht waar het gaat om het proces en gezamenlijke standpunten als regio waar het gaat om opdrachtgeverschap. De gemeenten hebben nu individuele afspraken met de regionale marketingorganisatie (rmo) gemaakt. Het doel tot bundeling van de bestaande inspanningen te komen. De route daar naar toe moet nog gezamenlijk bepaald worden.

Samenwerking

Door samenwerking wordt er een multiplier gecreëerd (en draagvlak) en vormt de basis voor productontwikkeling en promotie- en marketing. Samenwerkingsmogelijkheden zijn:

- Mogelijke samenwerkingspartners inventariseren. Ontwikkelingsbedrijf NHN, met projecten: regiobranding, watersportcampagne, camper promotie en zorgtoerisme. Het Programmabureau West-Friese Omringdijk, Recreatie Noord-Holland.
- Afstemmen bestaande marketing en promotie activiteiten en middelen. Dit wordt opgenomen in het (jaarlijkse) activiteitenplan.
- Gezamenlijk organiseren van bijvoorbeeld: workshops (gastvrijheid, arrangementen e.d.), netwerkcafés, ondernemersmarkt.

Samenwerken is belangrijk is, maar sluit acties op lokaal niveau niet uit.

Uitvoering

Jaarlijks activiteitenplan voor regio opzetten. Suggesties voor te behandelen onderwerpen zijn:

- Gebundelde opdracht aan een marketingorganisatie.
- Maandelijks rubriek 'Uit in de regio' in het magazine 'Alkmaar Prachtregio'.
- Consumenten website: het kiezen van een internet portal Regio Alkmaar.
- De vindbaarheid van de portal en de websites optimaliseren met relevante zoekwoorden.
- Via nieuwsbrieven communiceert de regio over tentoonstellingen, evenementen, uitjes, aanbiedingen, producten, etc.
- Door het actief faciliteren van persbezoeken free-publicity genereren.
- Om de consument te informeren en bestedingen te vergroten worden communicatieproducten digitaal en/of in print ontwikkeld.
- Voor de B2C markt: een regiogids, stadsplattegronden, kunst- en cultuurprogramma, (groeps-) arrangementen, een Regio Alkmaar magazine en een mobiele regiogids (app) voor smartphones.
- Voor de B2B markt: het ontwikkelen van materialen die de branding van Regio Alkmaar ondersteunen, zoals promotietassen, USB sticks, een corporate manual, beurs materiaal.
- De toeristische bewegwijzering in de regio afstemmen en uniformeren.

Planning

2015	Inventarisatie aanbod	rmo's - gemeenten
	Regionale opdracht voor marketing opstellen	gemeenten
	Internet portal Regio Alkmaar kiezen uit bestaande	rmo
	UIT Agenda Regio Alkmaar	rmo
	Nieuwsbrieven maandelijks versturen	rmo
2016	Regio Alkmaar passe-partout invoeren	rmo
	B2C producten	rmo
	B2B producten	rmo

Middelen

Bestaande middelen van de gemeentelijke contracten met de marketingorganisaties.

Inleiding

Evenementen staan er bekend om dat ze beleving toevoegen. En beleving zorgt ervoor dat de bezoeker verblijft, langer blijft en hopelijk meer geld besteed en bij een goede beleving terugkeert. Dit is goed voor de economie.

In de regio is er een groot en divers aanbod van evenementen, maar is er tegelijkertijd veel onbekendheid met het aanbod en de mogelijkheden in de regio. De samenwerking op toeristisch gebied met betrekking tot evenementen kan verbeterd worden. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat de inwoners en de bezoekers een overzicht hebben zijn van alle evenementen in de regio? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat er (meerdaagse) evenementen worden georganiseerd die een regionale uitstraling hebben? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat evenementen een regionale uitstraling op toeristisch gebied hebben.

Inventarisatie huidige situatie

- Inventariseren aan welke kenmerken een evenement moet voldoen om “een evenement met regionale uitstraling op toeristisch vlak”.
- Inventariseren welke evenementen in de regio in aanmerking komen voor “een evenement met regionale uitstraling op toeristisch vlak”.
- Inventariseren of en in welke zin er behoefte is aan meer “evenementen met regionale uitstraling op toeristisch vlak”.
- Inventariseren welke kalenders mbt evenementen er reeds zijn.

Doel

1. Een totaal overzicht te krijgen van alle evenementen in de regio.
2. Divers aanbod van evenementen te hebben in de regio die beleving toevoegen en meer bezoekers trekken, waardoor die langer blijven en meer besteden en bij een goede beleving terugkeren.
3. Voor bedrijven en bewoners een aantrekkelijk aanbod van evenementen bieden.
4. Meer evenementen met een regionale uitstraling op toeristisch vlak (gemeente overstijgende evenementen), al dan niet meerdaags opgezet.

Doelgroepen

Het aanbod van evenementen en de regionale evenementenkalender moeten geschikt/ beschikbaar zijn voor alle doelgroepen:

- Bewoners om te zien wat er te beleven valt
- Bezoekers (regionaal, landelijk en internationaal) omdat evenementen beleving toevoegen
- Bedrijven omdat met evenementen vergroot je de aantrekkingskracht van je gebied wat interessant is voor de vestiging van bedrijven. Bovendien geeft het ook exposure mogelijkheden voor bedrijven.

Rol gemeenten

Gemeente heeft duidelijk een initiërende rol om de kalender te faciliteren. Het is aan de aanbieders van de evenementen om de informatie te leveren aan het nog te regelen centrale punt. Het is ook aan deze laatste groep om met ideeën te komen voor “evenementen met regionale uitstraling op toeristisch vlak”

Samenwerking

Samen met de organisatoren van evenementen en evenementenbureau's.
Aanhaken op bestaande kalenders.

Uitvoering		
Planning		
2015	Bijeenkomst met stakeholder ikv vragen mbt “evenementen met regionale uitstraling op toeristisch vlak”	Gemeenten initieert
	Inventarisatie juiste media om de kalender te verspreiden	Gemeenten ism bureaus
	Inventarisatie aanbod	Bureau ism organisatoren
	Regionale Evenementenkalender opstellen en actueel houden	Bureau
	Bedenken en organiseren van “evenement met regionale uitstraling op toeristisch vlak”	Evenementenorganisatoren
Middelen		
Bestaande middelen voor evenementen.		

Inleiding

Regio Alkmaar is een schatkist vol met verhalen en trekpleisters, zoals het 'Stedelijk' in Alkmaar, museum Kranenburg in Bergen, het Huis van Hilde in Castricum, de Schermer Molens, het Walvisvaardersdorp De Rijp, de Schoorlse Duinen etc., het strand, het Oer IJ, het Alkmaarder- en Uitgeestermeer, de Broekerveiling, het Poldermuseum etc.

Maar als we zelf niet eens goed weten wat er allemaal is, hoe kunnen we dan onze bezoekers inspireren om hier te komen? En hoe kunnen we ons aanbod met elkaar verbinden tot producten waarvoor de bezoeker hier langer wil verblijven?

En hoe weten (meten) we of activiteiten gericht op het onderscheidend vermogen van de regio meer bekendheid en bezoekers opleveren?

Inventarisatie huidige situatie

De marketing van de regio richt zich onder meer op bevordering van cultuurtoerisme en recreatiesport. Naast het inventariseren van bijzondere regionale verhalen is het ook belangrijk om te koppelen aan de bijhorende 'trekpleisters'. Bekendheid met deze trekpleisters, hun activiteiten en raakvlakken met landelijke acties is nodig om te kunnen gebruiken wat er al is en om zichtbaar te kunnen maken of inzet op dit onderwerp bijdraagt aan meer bezoekers.

- Wat zijn onze culturele en recreatieve trekpleisters, welk verhaal vertellen zij en wat voor en hoeveel bezoekers trekken zij (lokaal, regionaal, (inter)nationaal – en jaarrond of periodiek)?
- Welke "cultuur"educatie / activiteiten-pakketten zijn er en wat is hun doelgroep (scholen, groepsuitjes, ..) en waar verkrijgbaar (welke organisaties voeren ze uit)?
- Welke fiets, wandel routes met een verhaal over de regio zijn er? En waar verkrijgbaar?
- Thema's:
 - a. Welke landelijke, provinciale thema's zijn er, die jaarlijks in onze regio (kunnen) worden 'gevierd'? En welke partijen binnen regio Alkmaar zijn hierbij betrokken? Denk aan: mei fietsmaand, oktober wandelmaand, Open Monumentendag, Nationale Molendagen, ..
 - b. Welke lokale thema's en activiteiten zijn er, die regelmatig worden gevierd en niet alleen gericht zijn op eigen bewoners? Denk aan: Kunsttiendaagse(n), Alkmaars Ontzet, Midwinterfeest(en), Visserijdagen, Landbouwdag, etc.
- Wist je dat? Er zijn een heleboel leuke weetjes over Regio Alkmaar te vertellen: hoogste duin, Alkmaars Ontzet, oudste droogmakerij, koolschuur van Europa, Veldslagen van 1799, verborgen eilanden, walvisvaarders, verborgen eilanden en 1000 eilanden, etc.

Doel

Het doel is:

- het bekend maken van de verhalen van Regio Alkmaar bij bewoners, bezoekers en bedrijven.
- het inzetten van deze verhalen bij toeristische recreatieve productontwikkeling en promotie-activiteiten.
- bundelen van promotie-inspanningen door samen te werken aan het uitbouwen van (nader te kiezen) thema's.

Doelgroepen

- Bewoners (uit de Regio Alkmaar)
 - Individueel
 - Groepen (scholen, groepsuitjes)
- Bezoekers
 - Nederlands
 - Engels, Duits, ..

- Bedrijven
 - Trekpleisters
 - Verenigingen en stichtingen
 - Ondernemers

Rol gemeenten

Van overheden wordt een initiërende rol verwacht waar het gaat om het proces en gezamenlijke standpunten als regio waar het gaat om opdrachtgeverschap. De gemeenten hebben individuele contacten en afspraken met in hun gemeente aanwezige organisaties en bedrijven. Dit blijft. Maar daarnaast stimuleren zij dat organisaties deelnemen aan regionale promotie en productontwikkelingen.

Samenwerking

Van overheden wordt een initiërende rol verwacht waar het gaat om het proces en gezamenlijke standpunten als regio waar het gaat om opdrachtgeverschap. De gemeenten hebben individuele contacten en afspraken met in hun gemeente aanwezige organisaties en bedrijven. Dit blijft. Maar daarnaast stimuleren zij dat organisaties deelnemen aan regionale promotie en productontwikkelingen.

Uitvoering

- Inventarisatie huidige situatie (zie eerdere paragraaf)

Verhalen:

- Inventarisatie van verhalen. Deze vraag uitzetten aan onze culturele en recreatieve trekpleisters.
- Verhalen bundelen tot verhaal-productcombinaties (opdracht aan marketingorganisatie Regio Alkmaar). Een boekwerkje 52 weken Regio Alkmaar. Verhaal 1: het hoogste duin in combinatie met bezoek aan bezoekerscentrum, Verhaal 2: 1000 eilanden in combinatie met bezoek Broekerveiling etc. voor verkoop aan bewoners.
- Deze 52 verhaal-productcombinaties inzetten voor promotie regio, door marketingorganisatie Regio Alkmaar in bladen, zoals ANWB, Libelle, Op Stap, Alkmaar Prachtstad etc.
- Deze 52 verhaal-productcombinaties inzetten voor toeristische acties (Engels, Duits..) door Regio VVV.

Thema's:

- Door marketing organisatie Regio Alkmaar wordt jaarlijks ingezet op enkele thema's: fietsmaand, kunstmaand etc. Zij vragen input aan organisaties uit de Regio Alkmaar voor een goed gevuld programma. Door de thema's minimaal een jaar tevoren bekend te maken, kunnen organisaties ook naar dit thema toeschrijven.

Cursussen

- ..

Planning

2015	Inventarisatie aanbod	Regio VVV- gemeenten
	Verzamelen verhalen	
	52 verhaal-productcombinaties maken	
2016	Ontwikkelen boekje met 52 verhalen	
	Inzet verhaal-productcombinaties in media	
	Regionale thema's	

Middelen

Gebruik maken van bestaande middelen en mogelijkheden.

Inleiding

In regio Alkmaar zijn veel recreatieve routes te vinden. Het gaat hierbij om bewegwijzerde routes, routes op papier (boekjes) en apps voor wandelaars, fietsers, kanoërs /(fluisterboten, schaatsers). Het gaat hierbij om de doelgroep die fysiek bezig wil zijn, al dan niet met een thema (een museum route, een natuurroute, een wandeling met gids etc.) Deze routes trekken veel recreanten en vergroten de aantrekkelijkheid van onze regio.

In Regio Alkmaar worden de routes projectgewijs gerealiseerd en niet altijd met alle gemeenten samen. Hetzelfde geldt voor de promotie, waarbij degenen die verantwoordelijk zijn voor het beheer van de bewegwijzering niet altijd dezelfde is als de partij die de promotie voor haar rekening neemt.

Samenwerken op de schaal van Regio Alkmaar is van belang om samenhang te kunnen realiseren. Er liggen kansen om (door) te ontwikkelen, te verbinden en door te verwijzen naar het overige aanbod in de regio. Hierbij is het zoeken van samenwerking met ondernemers en marketingorganisaties een vereiste. Daarnaast is het van belang dezelfde systematiek voor de routes in de regio te gebruiken en te kijken of het beheer en onderhoud bij één partij kan worden ondergebracht.

Dit projectblad is zowel het kader voor het in kaart brengen van bestaande routes, het verbeteren van de regionale verbindingen als voor het opzetten van een samenwerking met ondernemers langs de routes en het zoeken van aansluiting met marketingorganisaties.

Inventarisatie huidige situatie

Gewenst is een inventarisatie van de volgende zaken:

- Welke fysieke routes zijn er?
 - Zijn er hiaten in dit netwerk en/of beslaat dit netwerk op eenduidige wijze de gehele Regio Alkmaar?
 - Door welke partijen wordt beheer en onderhoud gedaan. Kunnen beheer en onderhoud bij één partij worden ondergebracht?
 - Hoe momenteel over de routes wordt gecommuniceerd (welke kanalen)?
- Welke (thematische) print en digitale routes zijn er?
 - Welke van deze routes geven de DNA van onze regio weer?
 - Wie zijn de eigenaars (wie betalen) van deze routes?
 - Welke partijen promoten deze routes?
- Hoe worden de routes gebruikt door ondernemers en organisaties?
 - Welke ondernemers gebruiken de fysieke of print/digitale routes?
 - Welke toeristische organisaties maken gebruik van de fysieke of print/digitale routes?
 - Welke andere communicatiekanalen en –mogelijkheden kunnen worden ingezet om de bekendheid en de aantrekkingskracht van de routes te vergroten

Doel

Het doel is:

- waar mogelijk bestaande regionale routes op elkaar te laten aansluiten zodat een regionaal netwerk ontstaat
- een betere promotie en marketing rondom routes (voornamelijk digitaal)
- ondernemers langs de routes te betrekken en mogelijkheden voor samenwerking te onderzoeken

- beheer en onderhoud gezamenlijk uitzetten en financieren (+ centraal meldpunt voor beheer en onderhoud)

Doelgroepen

- Bewoners
- Bezoekers (verblijfstoeristen en dagjesmensen, voornamelijk Nederlanders en Duitsers)
 - Bestaande bezoekers
 - Nieuwe bezoekers
 - Zakelijke markt
- Bedrijven / organisaties
 - Product markt combinaties en financiering

De focus ligt op de individuele markt en dan met name families met kinderen en senioren.

Rol gemeenten

- beheer en onderhoud van de routes
- opdrachtgever van verbetering/realisatie routes
- (mede) opdrachtgever aan toeristische en marketingorganisaties over communicatie en promotie omtrent routes
- Samenbrengen stakeholders

Samenwerking

Door samenwerking wordt het recreatieve potentieel van de routes versterkt en kan breder worden ingezet op de promotie van de routes.

- Mogelijke samenwerkingspartners inventariseren. Bijvoorbeeld: Ontwikkelingsbedrijf NHN, regionale VVV's en marketingorganisaties, toeristische ondernemers in de regio.

Uitvoering

- Inventarisatie huidige situatie (zie eerdere paragraaf)
- Samenwerking met marketingorganisaties leidt tot verbetering bekendheid routes
- Beheer en onderhoud wordt regionaal door één partij gedaan

Planning

2015	Inventarisatie huidige situatie	Recreatie NH of een soortgelijke partij
	Opstellen projectplannen voor betere samenwerking (fysiek en vermarkten) binnen Regio Alkmaar	Gemeenten en betrokken partijen
2016	Uitvoering projectplan fysieke routes	Recreatie NH of een soortgelijke partij
	Uitvoering projectplan promotie en marketing routes	Gemeenten en Marketingorganisatie(s)

Middelen

Gebruik maken van bestaande middelen die voor routes zijn gereserveerd.

Inleiding

De waterrecreant is iedereen die op, aan of in het water zijn vrije tijd doorbrengt, of een sport beoefent. Het gaat specifiek over zeilen, motorbootvaren, sportvissen, kitesurfen, waterskiën, wakeboarden, sportduiken, kanoën en roeien. Nederland heeft twee miljoen waterrecreanten – een groep die aandacht verdient en die een grote maatschappelijke en economische waarde vertegenwoordigt. Bron: <http://waterrecreatienederland.nl/toekomstvisie/het-belang-van-waterrecreatie/>

Regio Alkmaar heeft als gezamenlijk doel gesteld om geïnteresseerde verblijfstoerist de mogelijkheid te bieden om de regio zowel via het water als over het land op een actieve wijze te verkennen.

Inventarisatie huidige situatie

Regio Alkmaar draagt bij aan de inspanning van de provincie Noord Holland om de positie als vooraanstaande watersportprovincie te versterken.

Vraagstukken / aandachtspunten:

Fysiek:

- Sloepennetwerk Laag Holland bereikt niet geheel Regio Alkmaar
- Samenwerking (beheer, promotie, marketing) binnen Regio Alkmaar op gebied watersport ontbreekt.
- Versnipperd kano- en vaarrouteontwikkeling en beheer (zie blad recreatieve routes)

Marketing / promotie:

- De huidige zeilboot eigenaren stappen eventueel over op motorjacht of sloep.
- Jongeren als nieuwe doelgroep wil zelf dingen doen, uitproberen en vooral zelf kiezen.
- Over de internationale bezoekers is te weinig bekend waarom zij kiezen voor een watersportvakantie.
- De Duitse watersporters waarderen onze hoeveelheid water in diverse vormen en de cultuurhistorie.

Doel

- Het beter benutten van alle watersport mogelijkheden in de regio.
- Het beter benutten van waterrecreatie met het aanbod aan wal.
- Omslag van jachthavens van ligplaatsfaciliteit tot verblijfsfacilitator.
- Het beter vermarkten van Regio Alkmaar als watersportregio, waarbij ook aandacht voor toervaart, chartervaart, motorcruise, sloepennetwerk etc.
- Mogelijkheden tot jaarrond exploitatie en functieverbreding (verhuur: van bezit naar gebruik).

Doelgroepen

- Bezoekers die regio aandoen met chartervaart, motorcruise, sloepennetwerk / toervaart.
- Bewoners regio met vaartuigen (zeil- en motorboten, sloepen, vletten, kano's...).
- Actieve (sportieve) bewoners en bezoekers en aanbiedende ondernemers en organisaties (sportvissen, kitesurfen, waterskiën, wakeboarden, sportduiken, kanoën en roeien).
- Jachthavens en bootverhuur.

Rol gemeenten

- beheer en onderhoud van openbare faciliteiten.
- opdrachtgever van verbetering/realisatie routes.
- (mede) opdrachtgever aan toeristische en marketingorganisaties over communicatie en promotie omtrent routes.
- Samenbrengen stakeholders / samenwerkingsverbanden zoeken met ondernemers langs de routes.

Samenwerking		
Door samenwerking wordt het recreatieve potentieel van de routes versterkt en kan breder worden ingezet op de promotie van de routes.		
Uitvoering		
Ondernemers, Overheden, Regionale marketing organisaties, Cultuurcompagnie, Oneindig Noord-Holland, watersportorganisaties.		
Planning		
2015	Inventarisatie huidige situatie (fysiek en marketing)	Recreatie NH en/of een marketing organisatie
	De gezamenlijke promotie jachthavens met gebruikmaking van de jachthavenkaart	NHN en/of marketing organisatie
	Overzicht van huurmogelijkheden van vaartuigen en kwaliteiten jachthavens	NHN
2016	een thematische regionale vaarroute “in de golven van” (verbinding van cultuurhistorische interessante plaatsen die aan het water liggen; vgl. met de Turfroute in de Stellingwerven)	NHN, Cultuurcompagnie
	Aanbod vaararrangementen i.c.m. recreatieve verblijfsmogelijkheden en andere verplaatsingsmogelijkheden in de markt zetten	NHN
Middelen		
-		

Inleiding

Toeristische Overstap Punten (TOP's) zijn herkenbare recreatieknooppunten die met de auto goed bereikbaar zijn en waar de recreant informatie vindt over recreatieve routes, voorzieningen, activiteiten en een stukje geschiedenis van het landschap. Bij elke TOP kan men veilig, gemakkelijk en gratis zijn auto neerzetten. Via de aangesloten fiets-, wandel- en vaarroutes of routenetwerken kan de recreant het landelijk gebied ontdekken. Verder is binnen een straal van 2 kilometer.

Welke kansen bieden TOP's voor de regio?

De gedachte achter een TOP is om bezoekers te leiden naar geschikte startplekken in de regio en daarmee zowel het verkeer beter te reguleren als ook bezoekers een optimale toegang tot de toeristische regio te bieden.

- promotie van de regio en het toeristisch- recreatieve aanbod in met name het landelijk gebied;
- het gebruik van het aanwezige, vaak uitgebreide aanbod van routes en activiteiten en andere toeristisch-recreatieve voorzieningen stimuleren;
- bewustwording van recreatiemogelijkheden in het landelijk gebied bij stedelingen verhogen;
- voorkomen van onnodig zoekgedrag door het landelijk gebied en van het parkeren op ongewenste plekken.

Door de afgewogen locatiecriteriën en de regulerende werking van TOP's wordt het bezoek aan de regio beter geleid, waardoor de belasting voor de lokale omgeving afneemt. En door het gastvrij ontvangen en wegwijs maken van de bezoekers, krijgen de toeristisch-recreatieve ondernemingen in de regio een extra impuls.

Inventarisatie huidige situatie

Gewenst is een inventarisatie van de volgende zaken:

- Welke gemeenten hebben interesse (en geld)?
- Wat zijn de meest geschikte locaties?
- Hoe kan Recreatie Noord-Holland hier ons in helpen?
- Welke ondernemers bevinden zich nabij een TOP?
- Welke samenwerkingsverbanden er mogelijk zijn met ondernemers nabij de TOP's?
- Hoe 'vermarkten' we het gebied (gebiedsbepaling)?
- Welke andere communicatiekanalen en -mogelijkheden kunnen worden ingezet om de bekendheid en de aantrekkingskracht van de TOP's te vergroten?
- Door welke partij wordt beheer en onderhoud gedaan?

Doel

De informatiepanelen geven informatie over de belangrijkste wetenswaardigheden van cultuur(historie), natuur, landschap en toeristisch-recreatief aanbod in de directe omgeving.

Doelgroepen

bedoeld voor de inwoners van de verstedelijkte gebieden en bezoekers van buiten de regio, die actief willen recreëren in het landelijk gebied. Het gaat om mensen die bijvoorbeeld willen wandelen, fietsen en varen. Een groot deel van de stedelingen gaat met de auto naar het landelijk gebied. Een secundaire groep betreft de inwoners van het landelijke gebied zelf, die dankzij de TOP's op een laagdrempelige manier nieuwe recreatieve bestemmingen kunnen ontdekken buiten hun directe woonomgeving.

Rol gemeenten

- Provinciale subsidie voor de regio aanvragen
- Reen regio-specifieke uitwerking maken (gebiedsbepaling)
- Geschikte locaties selecteren
- samenwerkingsverbanden zoeken met ondernemers langs de routes
- beheer en onderhoud van de TOP's
- opdrachtgever van uitvoering/realisatie routes
- meedenken over communicatie omtrent routes

Samenwerking

Van overheden wordt een initiërende rol verwacht waar het gaat om gebiedsmarketing. Door samenwerking wordt het doel van de TOP's versterkt en ontstaat herkenbaarheid van de regio. Bovendien kan er door samenwerking gebruikt worden gemaakt van de provinciale subsidie.

Uitvoering

- Inventarisatie huidige situatie (zie eerdere paragraaf)
- Samenwerking met een partij als Recreatie Noord-Holland leidt tot verbetering bekendheid TOP's
- Beheer en onderhoud wordt regionaal door één partij gedaan

Planning

2015	Inventariseren per gemeente of TOP haalbaar en gewenst zijn	Gemeente
	Bepalen of een betaalde projecthouder financieel haalbaar is	Gemeente
	Opstellen projectplan voor daadwerkelijke uitvoering en samenwerkingsovereenkomsten sluiten	Gemeenten/Recreatie NH
	Aanvragen provinciale subsidie (4 TOP's of meer)	Gemeente/Recreatie NH
2016	Realisatie TOP's en aansluitingen regionaal	Recreatie NH
	Promotie omtrent TOP's in projectplan zetten en als opdracht uitzetten bij marketingorganisatie(s)	Gemeenten/Recreatie NH en betrokken partijen
	Uitbreiding naar HAL-regio	Gemeente

Middelen

- Gebruik maken van bestaande middelen die voor TOP's/voorzieningen (R&T) zijn gereserveerd;
- 50% subsidie PNH (bij meerdere TOP's)

Inleiding

De provincie heeft een Handreiking verblijfsrecreatie opgesteld. De provincie verwacht van gemeenten dat zij in regionaal verband een visie ontwikkelen op verblijfsrecreatie.

Inventarisatie huidige situatie

De regionale visie verblijfsrecreatie bevat in ieder geval de volgende aspecten:

- De regionale vraag, het huidige aanbod en de ontwikkelbehoefte die de regio verwacht en de ontwikkelruimte die de regio de sector op basis daarvan wil bieden;
- Hoe deze ontwikkelruimte aansluit bij de (economische/toeristische) identiteit van de regio. Welke plannen passen hier wel/niet bij?;
- De staat en situering van het huidige aanbod (veroudering/leegstand);
- Confrontatie vraag - aanbod en gewenste - huidige spreiding/bundeling.

Doel

De vorm van deze regionale visie is vrij, zolang de regio op bestuurlijk niveau maar afspraken maakt over bovenstaande punten. Als deze onderdelen een plek krijgen in een regionale toerismevisie of een regionale structuurvisie voldoet dat ook. Vanaf 1 januari 2016 wil de provincie plannen voor uitbreiding en nieuwvestiging toetsen aan regionale visies.

Doelgroepen

Bungalowparken, campings, hotels, pensions, B&B's, camperplaatsen en jachthavens.

Rol gemeenten

Op regionaal of bovenregionaal niveau samen met de sector(en) een visie op de verblijfssector vaststellen.

Samenwerking

Binnen het Ontwikkelbedrijf is een werkgroep Leisure gevormd. Hieraan neemt de Regio Alkmaar deel. Afstemming is nodig over wie welke rol speelt voor het opstellen van de regionale visie verblijfsrecreatie.

Uitvoering

- Gemeenten

Planning

2015	Inventarisatie maken.	Gemeenten
2016		

Middelen

-

Genodigden netwerkbijeenkomst 3 februari 2015

Genodigde	Organisatie
Lieke Danenberg	Stichting Promotie Alkmaar
Annemarie Dees	Amsterdam Marketing
Arthur Helling	RECRON
Fred Rodenbach	Recreatie Noord-Holland
Christel Portegies	Cultuurcompagnie
Gerdina Krijger	HISWA
Angelique Lombarts	lector City Marketing In Holland
Joris Pieter Neuteboom	Provincie Noord-Holland - vrijetijdseconomie
Jaap Nieweg	Federatie Musea in Noord-Holland
Peter de Nijs	Stichting Toeristische Promotie Langedijk
Marcel Serlier	Regio VVV Hart van Noord-Holland
Miranda Tonkes	Regio VVV Hart van Noord-Holland
Norbert Smit	Wonders eten en drinken Heerhugowaard
Adriana Stam	Ontwikkelingsbedrijf NHN
Mylene Teeling	Camping Alkmaar
Peter Tromp	Speelpark de Swaan
Willemieke de Waal	Kennemerduincampings / Stg Vrijetijdsindustrie
Ron Wolters	Stichting Vrijetijdsindustrie
Karin Geelink	Cultuurmakelaar Regio Alkmaar
Erik Weel	VVV-agentschap Castricum
Vincent Meurs	voorzitter SPHC
Joost Botman	Struin
Henk Wijkhuizen	Recreatieschappen Twiske en RAUM
Gerben Houtkamp	Recreatieschap Geestmerambacht
Benno Vosse	St. UIT! in het Land van Leeghwater
Jaap Smit	St. UIT! in het Land van Leeghwater
Ron Karels	Broekerveiling

Projectverdeling over gemeenten:

Project	Gemeente	Medewerker
marketingplan	Heerhugowaard	Gerlof Kloosterman
evenementenkalender	Alkmaar	Eline Swanink
cultuur historische verhalen	Alkmaar	Deirdre Pronk
routenetwerken	Bergen	Linda de Groot / Baukje Detmar
waterrecreatie	Langedijk	Fokko Bons
TOP's en rustpunten	Castricum	Vivienne Grandiek
verblijfsrecreatie	Heiloo	Corlien Moleman
	Uitgeest	Jan Mol

Het aanbod van de regio Alkmaar

Het toeristisch-recreatief aanbod in de Regio Alkmaar is divers: Alkmaar als aantrekkelijke winkelstad met de Kaasmarkt, familiebadplaatsen Egmond, kunstdorp Bergen, natuurlijk Schoorl, Castricum met haar bosrijk duinreservaat, zonnig strand en het uitgestrekte achterland en het (toekomstig) Huis van Hilde, Heiloo met haar Bedevaartcentrum Onze Lieve Vrouw ter Nood, droogmakerij Heerhugowaard en Schermer (en molens), Landschapsreservaat Oosterdel, de Eilandspolder(tocht), de bollenvelden, Museum in 't Houten Huis, Museum Broeker Veiling, het Praalgraf van Reinout van Brederode, het stadshart van Heerhugowaard, met het winkelcentrum Middenwaard en het Coolplein met horeca en cultuur, het Poldermuseum Heerhugowaard, het Museum- en Beeldentuin Nic Jonk, het Walvisvaarderdorp De Rijk en de Leeghwaterdagen.

De Regio Alkmaar biedt alles wat 'typisch Hollands' is. Hieronder volgt een kenmerking van het aanbod per sector. Het samenspel van landschappen en voorzieningen vormen samen de identiteit van de Regio Alkmaar.

Landschappen

De regio Alkmaar biedt een diversiteit aan landschappen. In zijn algemeenheid gaat het om de kust met strand en duinen, weidse polders, bollenvelden, recreatiegebieden en -meren met daarin de historische stad, badplaatsen en pittoreske dorpen. In provinciale en gemeentelijke beleidsplannen worden de verschillende landschapstypen beschreven en bewaakt op hun identiteit en (cultuurhistorische) kwaliteit. Regio Alkmaar kent twee gebiedscommissies (Kennemerland en Laag Holland) die de provincie adviseren over het ruimtelijke beleid inclusief de recreatieve infrastructuur in het landelijk gebied. Innovaties en beheer van de recreatieve infrastructuur (wandel- en fietspadennetwerken, overstappunten, rustpunten e.a.) worden zoveel mogelijk op elkaar afgestemd, maar kunnen verschillen in jaar van ontwikkeling, wijze van exploitatie (websites, apps, beheer, folders) e.a.

Binnen de regio Alkmaar treffen we ook een aantal zeer specifieke en bijzondere landschappen of landschapselementen aan. De belangrijkste landschappelijke trekpleisters zijn:

- Duinen: De Schoorlse duinen (53 meter) zijn de hoogste en de breedste duinen van Nederland.
- Droogmakerij Schermer ligt bijna vier meter onder zeeniveau en is Nederlands meest unieke droogmakerij uit de Gouden Eeuw vanwege de aanwezigheid van een binnenboezem en nog werkzame molens.
- Westfriese Omringdijk: gemeenten Heerhugowaard, Langedijk en onder meer de Regio Westfriesland hebben een overeenkomst om de Westfriese Omringdijk als cultuurtoeristische bestemming van Noord-Holland te promoten. Alkmaar participeert op projectbasis;
- Nationaal Landschap Laag Holland: gemeenten Schermer en Graft-De Rijk (Alkmaar) en onder meer regio Waterland hebben een overeenkomst om bekendheid te geven aan Laag Holland en de recreatieve toeristische activiteiten van gebiedsbeheerders (zoals agrariërs).

Cultuur

De Regio Alkmaar heeft veel bovenlokale culturele instellingen, namelijk 22, vergeleken met West-Friesland en de Kop van Noord-Holland. De gemeente Alkmaar is één van de 10CCgemeenten, wat betekent dat ze behoort tot de tien cultureel grootste gemeenten van Noord-Holland. Er is veel kunst- en culturaanbod dat aantrekkelijk is voor de paarse, rode en aqua leefstijlen (namelijk 65% van het aanbod) en minder voor groen, lime en blauw⁴. Vooral het 'rode' en 'paarse' aanbod is meer aanwezig dan in de andere regio's in Noord-Holland Noord. Rustig groen en gezellig lime bezoekt ook minder vaak een culturele instelling. Andere belangrijke culturele highlights zijn: kunstenaarsdorp Bergen, Stedelijk Museum Alkmaar en de historische kernen met musea aan de oostkant van de regio.

⁴ Bron: DPS-groep en Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, Culturele infrastructuur in beeld, 2013

Verblijf

De Regio Alkmaar heeft diverse verblijfsaccommodaties. Kijkend naar de leefstijlen, dan zijn er vergeleken met de vraag relatief veel gele, groene en aqua slaappleatsen en weinig voor de lime en avontuurlijk paarse verblijfstoeristen (waaronder ook creatief en inspirerend rood en stijlvol en luxe blauw vallen)⁵. Vergeleken met de andere regio's in Noord-Holland Noord zijn er veel uitbundig gele en ingetogen aqua slaappleatsen. De andere regio's hebben relatief veel rustig groene en gezellig lime verblijfsaccommodaties.

Sport(eventementen)

De Regio Alkmaar is een sportieve regio, met veel banen op het gebied van sport. De landschappen lenen zich uitstekend voor buitensportmogelijkheden. Er is en wordt geïnvesteerd in wandelnetwerken zoals het Wandelnetwerk Bergen-Alkmaar-Heiloo en het Wandelnetwerk Noord en Midden Kennemerland. Enkele belangrijke sportieve highlights zijn: AZ, halve marathon van Egmond, de mountainbiketocht 'Egmond-pier-Egmond, Mountainbikeparcours Schoorl, Tour de Waard (wielertour Heerhugowaard) en Pluswandelvierdaagse Alkmaar.

Waterrecreatie

Water speelt een belangrijke rol in de regio, zowel de zee als de binnenwateren en meren. De oostkant van de regio was een voormalig grote merengebied dat nu is drooggelegd (o.a. Heerhugowaard en de Schermer). De regio heeft diverse strandlocaties (Egmond, Bergen en Castricum, Hargen, Schoorl, Camperduin), binnenwateren (het meer van Luna bij de Stad van de Zon, Alkmaarder- en Uitgeestermeer, De Zomerdel in het Geestermerambacht, de Noorderplas, het Kanaal Omval - Kolhorn), vaarexcursiemogelijkheden in o.a. Alkmaar en De Rijk en 21 jachthavens met 1.227 ligplaatsen (met een bezettingsgraad van 89%)⁶. Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord ziet de volgende kansen voor ontwikkeling in de Regio Alkmaar⁷:

- Ontwikkeling Alkmaar als bestemming voor riviercruises i.v.m. groei van riviercruises;
- Kans voor elektrisch varen en marketing voor de groepsmarkt door bovengemiddeld aantal fluisterbootactiviteiten in de regio;
- Aandacht voor faciliteiten voor extreme watersport i.v.m. opkomst hiervan;
- Watersportverhuurmogelijkheden i.v.m. consument die flexibiliteit eist (in tijd en ten aanzien van locatie);
- Ontwikkelen van (digitale)routes of routekaarten en een (mobiele) website voor de kleine pleziervaart omdat inzicht hierin ontbreekt.

Winkelaanbod

Voor recreatieve doeleinden wordt er vaak veel gewinkeld. In de Regio Alkmaar kunnen dagrecreanten en verblijfstoeristen goed funshopen. Enkele highlights: Alkmaar biedt een gevarieerd winkelaanbod met zowel de bekende ketens als eigen unieke ondernemingen in d'Oude Stad, Heerhugowaard met de Middenwaard als grootste overdekte winkelcentrum boven het Noordzeekanaal en de caravanboulevard (grote kampeerwinkels). Ook ander kernen, en vooral Bergen en Egmond, trekken winkelend publiek door de unieke (kleinere) winkelcentra en het daar aanwezige winkelaanbod.

Overig vermaak

De Regio Alkmaar heeft ook diverse kleinschalige attracties zoals bezoekerscentra, kinderboerderijen, (indoor) speeltuinen, de Hortus-Bulborum, het Klimduin Schoorl, agrotouristische bedrijven, een vuurtoren, zeeaquarium en sterrenwacht. Dit zijn relatief kleinschalige attracties. In de omliggende regio's liggen grotere attracties zoals bijvoorbeeld het Zuiderzeemuseum, de Zaanse schans, Museum Stoomtram Hoorn-Medemblik en de Beverwijkse Bazaar.

⁵ Bron: Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, Verbinding cultuur, toerisme en recreatie in Noord-Holland Noord, 2013

⁶ Bron: Databank Noord-Holland, onderdeel Kenniscentrum Leisure Board

⁷ Bron: Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, Kanskaart voor waterrecreatie en watertoerisme in de regio Noord-Holland Noord, 2013