

Aan: Toetsingskamer

Datum: 4 juni 2015



**Bezoek
Hollands Kroon**

Vincent van der Put

Teije Haakma

Marlijn van den Berg

Werkzaam vanuit Inholland

Samenvatting

Visie en doelstelling beleid

Het gedachtebeeld dat buitenstaanders hebben bij Hollands Kroon bestaat uit het 'echte' Holland. Het vrijetijdsaanbod is duurzaam, innovatief en onderscheidend.

De gemeente voert het beleid op grond van de volgende waarden: historie, ruimte en het pure Hollandse karakter. Kernwaarden binnen de gemeente zijn: rust & ruimte, streekgebonden, eerlijkheid & duurzaamheid, authenticiteit en water & de Waddenzee.

Om innovatie te bevorderen moeten bedrijven de ruimte krijgen om te ondernemen. Het wordt dus de uitdaging om bedrijven die ruimte te geven zonder de doelgroep uit het oog te verliezen en het eigen karakter te bewaren. Duurzaamheid wordt in de toekomst bereikt door energieneutraal te worden en aandacht te besteden aan people, planet, profit.

In 2025 zal de doelgroep voornamelijk bestaan uit bezoekers uit Nederland. Verder heeft de regio een grote aantrekkingskracht op andere delen van Europa (voornamelijk Duitsland, België en Scandinavië).

Door een daadkrachtige samenwerking tussen de overheid, ondernemers, onderwijs en inwoners (de 4 stakeholders) is er een duurzaam en innovatief vrijetijdsaanbod gecreëerd dat zich wortelt in de kernwaarden en het historisch karakter van de regio. Hierdoor kan de regio zich duidelijk onderscheiden en zich vergelijken met toonaangevende vakantiebestemmingen in Europa.

De Beleidsdoelstelling met betrekking tot toerisme en recreatie die is opgenomen in de programmabegroting van 2015 luidt: *'In samenwerking met partners en met directe inzet van een deel van de toeristenbelasting meer recreanten en toeristen naar de Kop van Noord-Holland trekken.'* Hollands Kroon wil in hun toerismebeleid zichzelf profileren met "het pure Hollandse karakter". Dit staat voor rust, weidsheid en gezellige kleinschaligheid in de regio.

De gemeente maakt gebruik van de volgende mogelijkheden om het gebied te promoten:

- Storytelling
- Ondersteuning 'preferred' evenementen
- Ondersteuning toeristische ondernemers
- Bebording
- Waddenwandelnetwork
- Aansluiting bij regionale initiatieven qua gebiedsmarketing

Activiteiten van de gemeente Hollands Kroon:

- Waddenpoort Den Oever , Afsluitdijk + haven Den Oever (groot project);
- Wandelroutenetwork (groot project).

Verdere activiteiten op het gebied van toerisme en recreatie:

- Storytelling;
- Inventarisatie van mogelijkheden in de regio (VVV Top van Holland);
- Informatieve plattegrond (activiteitenplan 2015);

- Infrastructuur en bebording;
- Subsidies en bijdrage aan organisaties en samenwerkingsverbanden.

Partners en deelnemingen:

- VVV Top van Holland
- Gemeente Amsterdam
- Ondernemersfederatie Hollands Kroon
- Provincie Noord-Holland
- Van Hollandse Bodem
- Cultuurcompagnie
- Leisure Board
- Stichting vrije tijdsindustrie (SVT)
- Westfriese Omringdijk
- De Nieuwe Afsluitdijk
- Omringende gemeenten (o.a. Den Helder, Schagen, Texel).

Het beleid maakt gebruik van het totale subsidie budget Sport, recreatie en toerisme à € 572.511,- waarvan de subsidie uitgaven voor toerisme en recreatie € 11.376 bedragen. Daarnaast is er een budget van € 75.815,- voor beleidsuitgaven dat wordt gebruikt door de beleidsmedewerker. De loonkosten bedragen € 76.500,-. De directe uitgaven aan het beleidsveld als geheel bedragen dus € 724.826,-, maar opgeschoond voor de sportsubsidies is er € 163.691 beschikbaar. Verder is er nog een jaarlijks bedrag van € 15.000 dat wordt gestort in een reserve vanuit de opbrengsten toeristenbelasting. In totaal kan er jaarlijks € 178.691 worden besteed aan recreatie- en toerismebeleid.

Om de effectiviteit van het beleid in de toekomst meten, kan er gekeken worden naar: de intensiteit van de samenwerking tussen ondernemers, kengetallen (aantal arbeidsplaatsen, aantal overnachtingen etc.), de mate waarin de doelen op korte termijn worden gehaald en de naamsbekendheid van de gemeente/regio.

Wij zijn van mening dat de gemeente Hollands Kroon redelijk effectief bezig is met het uitvoeren van hun "beleid". Dit is vooral zo omdat er weinig geld beschikbaar is voor deze sector. De toekomst van de sector zal net zoals in de visie staat, gericht zijn op dagjestoeristen die een rondreis door Hollands Kroon zullen maken. Door de aanwezigheid van veel activiteiten en basisinfrastructuur zijn wij van mening dat het belangrijkste onderdeel van het beleid moet zijn; de marketing van de gemeente en de omliggende regio. De meeste activiteiten in de gemeente liggen allemaal al klaar of worden klaargemaakt en de ondernemers zijn ook bereid om op een groeiende vraag in te spelen. Wat betreft de maatschappelijke effecten, zal een grotere toeristische en recreatieve sector wel bijdragen aan meer geld in de regio, maar niet heel veel nieuwe arbeidsplaatsen. Veel activiteiten die je hierbij nodig hebt zijn er immers al en de meeste zijn ook niet heel erg arbeidsintensief (denk aan rondleidingen). Al om al denken wij dat de gemeente Hollands Kroon veel potentie heeft om uit te groeien tot een grote toeristische regio, maar om dit te realiseren zal alles wel op orde moeten zijn en dit is nog niet het geval geweest na de fusie in 2012.

Inhoudsopgave

Inleiding	5
Probleemstelling	6
Doelstelling	7
Onderzoekskader	8
Onderzoeksvragen	8
Onderzoeksmethode	8
Theoretisch kader	9
Europese en landelijke richtlijnen en wetgeving m.b.t. toerisme	9
De visie van het toerisme- en recreatiebeleid	12
Doelstellingen	13
Het doel van het toerisme- en recreatiebeleid	14
Profilering van het gebied	14
Doelgroep	14
USP's	14
Profileringsmogelijkheden	15
<i>Storytelling & ondersteuning preferred evenementen</i>	15
<i>Ondersteunen toeristische ondernemers & bebording</i>	15
Activiteiten binnen het toerisme- en recreatiebeleid	17
Partners van de gemeente Hollands Kroon	20
Financiële cijfers	21
Loonkosten	21
Beleidsuitgaven	21
Subsidies	22
Belastingopbrengsten	23
Meningen van de stakeholders	24
Maatschappelijke effecten van het huidige beleid	27
Inkomsten toeristenbelasting en havengelden van de afgelopen twee jaar	27
Moet de infrastructuur worden aangepast	27
Het aantal overnachtingen in de afgelopen twee jaar (in hotels, B&B, appartement, camping, recreatiewoningen)	27
Het soort toeristen sinds 2012 in vergelijking met eerdere jaren	27
De invloed van het beleid op de werkgelegenheid	28
Het aantal ondernemingen sinds 2012	28
Hoe kan je het beleid meten in de toekomst?	29
Conclusie	30
Aanbevelingen	31
Dankwoord	33

Bijlage 1 contactadressen.....	34
Bijlage 2 Enquête Vragen.....	37
Bijlage 3 Bronnenlijst.....	38

Inleiding

Sinds de fusie van de gemeenten Anna Paulowna, Niedorp, Wieringen en Wieringermeer van 1 januari 2012 is er nooit een helder samenhangend beleid voor de toerisme en recreatie binnen Hollands Kroon opgesteld. Wel zijn er samenwerkingsverbanden met onder andere buurgemeenten en de VVV en voeren de oorspronkelijke deelgemeenten nog een deel van hun oude beleid uit. Voor Hollands Kroon is het echter onduidelijk wat er allemaal precies wordt uitgevoerd en wat het effect hiervan is. Er zal een overzicht worden gegeven van wat en nu wordt gedaan en wat daaraan wordt uitgegeven. Daarnaast zal er gekeken worden wat de effecten hiervan zijn en of dit een positief effect heeft op de werkgelegenheid en de ondernemingen werkzaam in deze sector.

Probleemstelling

Het onderzoek wordt afgebakend doordat het niet de bedoeling is een nieuw beleid op te stellen en doordat we alleen vanaf de fusie in 2012 zullen onderzoeken. Wel zullen de huidige activiteiten en bestedingen intern worden onderzocht en de maatschappelijke effecten in het veld binnen de gemeente Hollands Kroon. Ook zullen er enkele 0-metingen gehouden worden, waar Hollands Kroon op door kan werken. De probleemstelling/centrale vraag is dan als volgt: Hoe effectief is het huidige toerisme- en recreatiebeleid van Hollands Kroon?

In de onderzoeksopzet van 21 januari 2015 heeft de toetsingskamer de volgende vragen naar voren gebracht:

1. Wat besteden wij er feitelijk aan?
2. Wat zijn de maatschappelijke effecten?
3. Welke consequenties heeft dit beleid op de werkgelegenheid?

Aan de hand hiervan hebben wij de probleemstelling/centrale vraag en een aantal deelvragen opgesteld, die te zien zijn bij het onderzoekskader.

Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is vooral om inzicht te krijgen in de (met name economische) effecten van de activiteiten die Hollands Kroon nu binnen het toerisme- en recreatiegebied uitvoert. Voor de toetsingskamer is het ook belangrijk dat zij uiteindelijk inzicht krijgen in wat er tot nu toe eigenlijk is aan beleid en wat de partners binnen dit beleidsterrein zijn. Tevens zullen wij in dit rapport antwoord geven op de vraag hoe het effect van het toerisme- en recreatiebeleid in de toekomst te meten zou vallen en wat verstandige punten zouden zijn om aan te pakken binnen dit beleidsterrein.

Onderzoekskader

Onderzoeksvragen

De centrale onderzoeksvraag is, zoals eerder aangegeven, gebaseerd op de vragen die door de leden van de Toetsingskamer naar voren zijn gebracht. Na enkele gesprekken met de Concerncontroller en een medewerker Recreatie en Toerisme hebben wij deze vragen verwerkt en daaruit de volgende deelvragen opgesteld:

1. Welke partners heeft Hollands Kroon?
2. Welke activiteiten vallen onder het toerismebeleid?
 - Wat besteedt Hollands Kroon feitelijk aan dit beleid?
3. Wat zijn de maatschappelijke effecten van dit beleid binnen Hollands Kroon?
 - Zijn de inkomsten van de toeristenbelasting en havengelden gestegen?
 - Moet de infrastructuur worden aangepast?
 - Is het toerisme sinds het invoeren van 'het beleid' veranderd?
 - Welk invloed heeft dit beleid op de werkgelegenheid gehad?
 - Zijn de overnachtingen sinds het invoeren van het beleid gestegen?
 - Zijn er ondernemingen in de toeristen- en recreatiesector bijgekomen sinds de invoering van het beleid?
4. Wat vinden de stakeholders van het toerisme- en recreatiebeleid (voor zover deze aanwezig is)?
5. Hoe zullen we in de toekomst de resultaten van het toerisme- en recreatiebeleid meten?

Hierin is ook de doelstelling verwerkt. De centrale onderzoeksvraag omvat de bovenstaande deelvragen. Aan de hand van deze deelvragen wordt getracht een antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag.

Onderzoeksmethode

De deelvragen worden beantwoord met behulp van verschillende methodieken. Er is een enquête verstuurd naar ruim 100 ondernemingen die werkzaam zijn in de toerisme- en recreatiesector binnen Hollands Kroon. Deze enquête zal vooral toepassing hebben op de vraag wat de maatschappelijke effecten zijn. Er zijn er een aantal verdiepende gesprekken/interviews gevoerd met de Concerncontroller, de beleidsmedewerker Recreatie en Toerisme, de wethouder en fractievoorzitter van de PVDA en een aantal ondernemers. Ook komt er informatie uit enkele folders, bestanden, memo's en rapporten van binnen de gemeente.

Theoretisch kader

Europese en landelijke richtlijnen en wetgeving m.b.t. toerisme

Europees niveau

In het verdrag betreffende de werking van de EU (VwEU) gaat het in artikel 195 over toerisme. Hierin staat dat Europese Unie een aantal aanvullingen heeft op het toerismebeleid van de losse lidstaten. Het gaat hierin over het bevorderen van een klimaat dat gunstig is voor de ontwikkelingen van bedrijven in de toerismesector en het stimuleren van de samenwerking tussen lidstaten.

Er wordt door de Europese Unie dus veel vrijheid gegeven aan het beleid van de lidstaten. Hiernaast wordt het toerisme binnen lidstaten ook nog makkelijker gemaakt door het vrije verkeer van personen wat in het Schengenverdrag is opgenomen (Schengenakkoord). De lidstaten die met dit verdrag akkoord zijn geven vrije toegang tot hun land voor mensen van andere akkoord gegane lidstaten.

Landelijk niveau

Bij het opstellen van het toerismebeleid heeft de Nederlandse overheid zich gefocust op 3 hoofdpunten (Landelijk beleid):

- Meer toeristen naar Nederland trekken; dit wordt gerealiseerd door de promotie van Nederland. Het Nederlands bureau voor toerisme en congressen (NBTC Holland Marketing) is hier verantwoordelijk voor, maar de subsidie die ze hier van ontvangen is in de afgelopen jaren gehalveerd.
- Ondernemerschap; net zoals op het Europese niveau wordt de vrijheid van ondernemers in het toerisme ook op landelijk niveau belangrijk gevonden. Dit wordt gerealiseerd door overbodige regels af te schaffen en deze soepeler te maken voor deze ondernemers. (Gastvrijheidseconomie)
- Duurzaamheid; natuur ligt hoog in het vaandel voor de Rijksoverheid. Daarom willen ze dat ook andere partijen hier rekening mee houden, maar omdat een duurzame onderneming worden vaak geld rovend is wil de Rijksoverheid graag helpen. Om te helpen kan de Rijksoverheid bijvoorbeeld ondernemers financieel ondersteunen, regels versoepelen of helpen als bemiddelaar. Deze “green deals” zijn beschikbaar voor zowel bedrijven, andere overheden en maatschappelijke organisaties. (Green deals)

Provincies en gemeenten kunnen invloed uitoefenen op toeristische ontwikkelingen via het ruimtelijk ordenings- en milieubeleid. Hiervoor zijn echter geen duidelijke en heldere kaders, waardoor de afstemming van het toeristische beleid op het ruimtelijke ordenings-, milieu- en natuurbeleid niet voldoende is. Dit geldt zelfs nog sterker voor een beleid die gericht is op de duurzame ontwikkeling van toerisme. In Europees verband proberen de blauwe en de groene vlag daar wat aan te doen.

Duurzaam toerisme

De gemeente Hollands Kroon streeft duurzaam toerisme na. Hiervoor is een reserve gecreëerd, (waarin elk jaar €15000 apart wordt gezet.) Onder duurzaam toerisme verstaan wij een vorm van toerisme waarbij de behoeften van de nu levende generatie tegemoet wordt gekomen, zonder dat daarvoor de mogelijkheden van toekomstige generaties om in hun behoeften te worden voorzien in gevaar worden gebracht. Het gaat hier ook om investeringen die lang meegaan.

Toerisme is niet zo simpel en speelt zich af op verschillende niveaus en meerdere kanalen met daarin meerdere spelers. De aanbodzijde moet gelijk zijn aan de consumptie, anders werkt dat het duurzame ontwikkelproces tegen. Dit betekent dat er rekening moet worden gehouden met de wensen en eisen van de consument vanuit zijn leefwereld.

Voor Hollands Kroon zou het een uitdaging zijn om het aanbod gestuurd te laten worden in plaats van dat de toeristische markt de vraag stuurt. Het internet zou hiervoor een handig communicatiemiddel zijn. Toerisme heeft het karakter van een locatie gebonden product. Bij toeristische activiteiten wordt er vaak de keuze gemaakt om voor de korte termijnbelangen te gaan, dit ten koste van de lange termijn voordelen. De overheid en de semi overheden dienen de kernattracties van het toerisme te faciliteren en te ondersteunen.

Belangrijke elementen voor een succesvol beleid:

1. Kwaliteit van beleid, planning, beheer zijn belangrijke antwoorden op problemen.
2. Begrenzings aan groei zijn vastgelegd, toerisme moet binnen deze grenzen blijven.
3. Belanghebbenden moeten zich een lange termijn denken eigen maken in plaats van een korte termijn benadering.
4. Meerdere doelen op verschillende niveaus nastreven.
5. Om betere participatie te bereiken, respect voor de zorgen van belanghebbenden kweken met bewustmaking dat gelijkwaardigheid en balans voorwaarden zijn.
6. Bevorder begrip van markteconomie, cultuur, ondernemerswaarden, kerndoelen van publieke dienstverlening en vrijwilligersorganisaties, normen en waarden van de gemeenschap, om wensdenken om te zetten in maatregelen om de doelen te bereiken.

(WBZ)

Bij een samenwerking tussen private en publieke partijen zullen de volgende punten van toepassing zijn:

Publiek:

1. Aanneمة dat risico's en opbrengsten gedeeld worden
2. Toegang tot nieuwe financieringsbronnen voor de publieke sector
3. Versnelde ontwikkeling van infrastructurele waarden
4. Die kansen benutten waar de risico's gedeeld kunnen worden
5. Onderhouden en verbeteren van de dienstverlening
6. Toegang tot vaardigheden in planning en management
7. (her) waardering van ongebruikte mogelijkheden.

Privaat:

1. Toegang tot nieuwe markten door samenwerking
2. Vaardigheden en beeldvorming verbeteren
3. Omzetverhoging door nieuwe producten en diensten
4. Partnerschap verbetert kredietwaardigheid
5. Evenredige verdeling van opbrengsten en risico's (WBZ)

De algemene visie op dit beleidsterrein is dat recreatie en toerisme werkgelegenheid kunnen opwekken. Om dit te bereiken zal er veel samengewerkt moeten worden. Denk hierbij aan samenwerkingen tussen ondernemers, andere gemeenten en de VVV. Er kon veel natuur geregeld worden buiten de Ecologische Hoofdstructuur (EHS) om. Hiervoor kon de gemeente 1 miljoen subsidie krijgen, maar dit is afgewezen door de coalitie. De oppositie vond dit niet handig.

De visie van het toerisme- en recreatiebeleid

Om de visie van het toerisme- en recreatiebeleid te kunnen omschrijven, is er gebruik gemaakt van het document: (visie2025 Noord-Holland Noord, 2013) van Leisure Board Noord-Holland Noord. Dit document wordt gebruikt om richting te geven aan overheidsbeleid. Tevens is door wetgevers gezegd dat deze visie overeen komt met de visie van Hollands Kroon. De visie van het toerisme- en recreatiebeleid kan op basis van dit document als onderstaand omschreven worden:

In 2025 wordt bij Hollands Kroon gedacht aan het 'echte' Holland. De regio kenmerkt zich door een duurzaam, onderscheidend en innovatief vrijetijdsaanbod. Waarden van de gemeente die hier een rol spelen zijn historie, ruimte en het pure Hollandse karakter. Dit pure Hollandse karakter zal veelal bestaan uit kaas, tulpen, molens en water. Voor Nederlanders zal dit beeld echter meer bestaan uit de veelzijdigheid van het landschap, de historie, karaktervolle dorpskernen, fietsen, wandelen, dijken, visserij, de aard van de mensen, enzovoort.

De gemeente wil onderscheidend zijn door duidelijke keuzes te maken en te focussen, gebruik te maken van de intrinsieke verschillen in de regio en niet alles voor iedereen willen zijn. Er moeten dus duidelijke samenhangende keuzes worden gemaakt die gericht zijn op een bepaalde doelgroep. Om innovatief te blijven moet er ruimte zijn om te ondernemen, zodat er gebruik wordt gemaakt van de nieuwste technologie, er goed kan worden ingespeeld op de behoefte van de bezoekers en de regio trendsettend is in plaats van trendvolgend. Hierbij zal het de uitdaging zijn het eigen karakter van de regio te bewaren en ondernemers genoeg vrijheid te geven zonder de doelgroep uit het oog te verliezen. Duurzaamheid zal worden bereikt door energieneutraal te worden en niet milieubelastend, aandacht te vestigen op people, planet, profit en een goede balans te vinden tussen levendig en wonen en werken en vrijetijd.

Kernwaarden binnen de gemeente zijn: rust & ruimte, streekgebonden, eerlijkheid & duurzaamheid, authenticiteit en water & de Waddenzee. Deze waarden zullen succesvol gebruikt worden in de destiniatiemarketing die in 2025 is uitgevoerd

In 2025 zal de doelgroep voornamelijk bestaan uit bezoekers uit Nederland. Verder heeft de regio een grote aantrekkingskracht op andere delen van Europa (voornamelijk Duitsland, België en Scandinavië). De verblijfsduur van de bezoekers wordt verlengd, de bestedingen worden vergroot en het lukt de bezoekers te laten terugkeren. Ook lukt het om het hele jaar een aantrekkelijk aanbod te bieden en dit door hoge kwaliteit, voortdurende ontwikkeling en samenhang van het vrijetijdsaanbod en de introductie van een retentiestrategie.

De internationale toeristen die naar Hollands Kroon komen hebben als hoofdbestemming Amsterdam en verblijven daar ook. Voor de dagjes naar Hollands Kroon wordt samengewerkt met 'Amsterdam Marketing'. Voor deze samenwerking zijn de historische banden tussen Amsterdam en Noord-Holland Noord aangehaald en versterkt. Hierdoor is Hollands Kroon een aantrekkelijke aanvulling op het historische en verstedelijkte Amsterdam. De bewoners van Hollands Kroon zijn actief betrokken bij de vrijetijdssector als aanbieder, ondernemer en gebruiker en dankzij hun inbreng word de balans gevonden tussen wonen en vermaak.

Door een daadkrachtige samenwerking tussen de overheid, ondernemers, onderwijs en inwoners (de 4 stakeholders) is er een duurzaam en innovatief vrijetijdsaanbod gecreëerd dat zich wortelt in de kernwaarden en het historisch karakter van de regio. Hierdoor kan de regio zich duidelijk onderscheiden en zich vergelijken met toonaangevende vakantiebestemmingen in Europa.

Ondernemers leveren een bijdrage aan de ontwikkeling, instandhouding, promotie en verduurzaming van het vrijetijdsaanbod, door leergierig te zijn, vernieuwend en actief samen te werken. De overheid ondersteunt ondernemers bij het realiseren van hun doelstellingen en zorgt voor het behoud van een aantrekkelijke leef- en verblijfsomgeving door het creëren van heldere ruimtelijke randvoorwaarden. Onderwijs speelt een belangrijke rol door haar opleidingsaanbod aan te passen op de visie en zo bij te dragen aan innovatie (onderwijs speelt voornamelijk een rol bij de buurgemeenten). Inwoners spelen als enthousiaste ambassadeur een belangrijke rol in het vormgeven van de vrijetijdsector.

Doelstellingen

De Beleidsdoelstelling met betrekking tot toerisme en recreatie die is opgenomen in de programmabegroting van 2015 luidt: *'In samenwerking met partners en met directe inzet van een deel van de toeristenbelasting meer recreanten en toeristen naar de Kop van Noord-Holland trekken.'* Het beoogde effect bij deze doelstelling is om de bekendheid van de toeristische aantrekkingskracht en gastvrijheid van Hollands Kroon te vergroten. Het fysieke resultaat zal een vermeerdering van het aantal overnachtingen zijn en economische spin-off voor de gemeente.

Aan de hand van de visie kunnen er ook een aantal doelstellingen worden geformuleerd voor de gemeente.

- Het eigen (historische) karakter bewaren;
- Verblijfsduur van bezoekers verlengen/bestedingen vergroten/ bezoekers laten terugkomen;
- Het hele jaar een aantrekkelijk aanbod bieden;
- Formuleren van een retentiestrategie om bezoekers te binden aan de regio;
- Samenwerken met Amsterdam;
- De IJsselmeerkust op de werelderfgoedlijst van UNESCO krijgen;
- Ondernemers steunen en stimuleren samen te werken;
- Creëren van heldere ruimtelijke randvoorwaarden voor een aantrekkelijke leef- en verblijfsomgeving.

Het doel van het toerisme- en recreatiebeleid

Hollands Kroon wil in hun toerismebeleid zichzelf profileren met “het pure Hollandse karakter” dit staat voor rust, weidsheid en gezellige kleinschaligheid in de regio. Om het imago van Hollands Kroon op deze manier te vormen zal er aan marketing moeten worden gedaan, met als doel de naamsbekendheid te verbeteren zodat er zo meer mensen naar de regio worden getrokken.

De gemeente Hollands Kroon is bezig met een aantal projecten, deze projecten zullen nieuwe aantrekkelijke toerisme- en recreatieactiviteiten opleveren. Met deze activiteiten zal er geprobeerd worden om bij mensen meer interesse in de regio op te wekken.

Profilering van het gebied

Volgens het document “Hollands Kroon als gebied” Heeft Hollands Kroon veel te bieden als het gaat om de pure Hollandse karaktertrekken. Weidsheid, wind, water en unieke dorpskernen spelen een belangrijke rol in het gebied waar veel agrarische bedrijvigheid, visserij en de unieke Waddenzee zorgen voor een onderscheidende omgeving. (Hollands Kroon als gebied)

Doelgroep

Hollands Kroon is geen gebied waar vakantiegangers komen om een lange tijd (> 2 weken) op een camping of vakantiepark te vertoeven. De doelgroep wordt juist gevormd door toeristen die komen voor een kort en actief verblijf. Het aanbod in de gemeente is gericht op de levensstijlen: rustig, groen en ingetogen. De grootste doelgroep wordt gevormd door binnenlandse toeristen (vooral uit Noord-Holland).

Naar mijn mening kan de doelgroep van de gemeente worden omschreven als: een volwassen Nederlander tussen de 30 en 60 jaar oud met een rustige levensstijl, die als recreatie zou kiezen voor een lange fietstocht door mooie natuurgebieden of langs unieke dorpjes. Aan de andere kant zou dit net zo goed kunnen gelden voor jonge gezinnen die de drukte van de stad ontvluchten en de unieke Hollandse natuur opzoeken voor een midweek en ook aangepast zijn aan deze rustige levensstijl.

USP's

In het rapport “Vraaggerichte ontwikkeling en positionering vrije tijdsproduct Hollands Kroon” worden 7 Unique Selling Points genoemd waarop de profilering van Hollands Kroon als gebied is gebaseerd. Deze zijn als volgt:

1. Het pure Hollandse Karakter (bekende iconen zoals tulpen)
2. Afsluitdijk (als icoon van de strijd tegen water)
3. West-Friese Omringdijk
4. Het geheime Waddeneiland Wieringen (met het verhaal van de Vikingen)
5. Weidsheid, ruimte en rust
6. Kleinschaligheid
7. Pionieren in de zee (de unieke pioniersgeest van de inwoners van Hollands Kroon die tot uiting komt in de relatie met het water)

De communicatieboodschap van Hollands Kroon is op basis van deze USP's als volgt geformuleerd:

“Hollands Kroon is een jonge plattelandsgemeente in de kop van Noord-Holland met veel historie. Echte Hollandse karaktertrekken zoals wind, water en ruimte spelen –naast de 22 unieke dorpskernen – een grote rol. Agrarische bedrijvigheid, visserij en innovatie wisselen elkaar af, op steenworp afstand van werelderfgoed Waddenzee.”

Met deze communicatieboodschap richt Hollands Kroon zich op vier onderdelen: het pure Hollandse karakter, zoals bollen, koeien en tulpen. Innovatie in het bedrijfsleven, de visserij en de agrarische bedrijvigheid. De cultuurhistorie in het gebied met de verschillende dorpskernen zoals Kolhorn, Wieringen en Anna Paulowna. En de elementen water en wind die samen komen in de Waddenzee.

Profileringsmogelijkheden

De gemeente heeft de volgende mogelijkheden opgesteld om het gebied te promoten:

- Storytelling
- Ondersteuning 'preferred' evenementen
- Ondersteuning toeristische ondernemers
- Bebording
- Waddenwandelnetwork
- Aansluiting bij regionale initiatieven qua gebiedsmarketing

Storytelling & ondersteuning preferred evenementen

De gemeente wil o.a. op de toeristische website locaties (met veel foto en film materiaal) met persoonlijke verhalen van inwoners, bezoekers en werknemers plaatsen om zo het gebied te promoten. Er zijn daarnaast een aantal 'preferred' evenementen die een belangrijke bijdragen leveren aan het promoten van Hollands Kroon. De gemeente wil deze evenementen ondersteunen door: Sponsoring, beschikbaar stellen van promotie materiaal en aanwezigheid van een collegelid tijdens de opening/afsluiting. De evenementenorganisaties kunnen zelf kiezen welke ondersteuning volgens hen meer bezoekers kan trekken. De 'preferred' evenementen zijn:

1. Lentetuin Breezand
2. Flora en Visserijdagen Den Oever
3. Bloemencorso Winkel
4. Nazomeren in Niedorp
5. Bloemendagen in Anna Paulowna
6. Floralia in Niedorp

Ondersteunen toeristische ondernemers & bebording

Om toeristische ondernemers te ondersteunen is het volgende activiteitenplan (2014) opgesteld:

1. Website
2. Arrangementontwikkeling
3. Opstellen activiteitenplan 2015

Er is een gezamenlijke website opgericht [www.bezoekhollandskroon.nl] om bedrijven digitaal beter te kunnen vinden. De site is gelinkt aan de VVV-site. Op de site word het totale aanbod opgenomen waarbij VVV-leden een prominentere plaats krijgen dan niet leden waardoor het lidmaatschap wordt gestimuleerd. Door samenwerkingen en arrangementontwikkelingen waarbij aansluiting wordt

gezocht met andere sectoren (denk aan horeca & agrarische sector) te stimuleren worden er meer mogelijkheden voor toeristen gecreëerd.

De gemeente wil het gebied profileren met bebording op de volgende manieren: bebording langs toegangswegen, Waddenpoort en dorpskernen, verwijsborden naar bedrijven en de Waddenzee. Borden langs toegangswegen kunnen gecombineerd worden met aankondiging van de preferred evenementen. In het project Waddenpoort zijn er plannen om bebording van de A7 tot de haven neer te zetten. Elke dorp in Hollands Kroon heeft een uniek verhaal dat de dorpskern zo bijzonder maakt. Door bijzondere onderborden bij de komborden te plaatsen kan dit verhaal onderstreept worden. Verwijsborden naar bedrijven wordt een aansluiting op de digitale vindbaarheid. In Hollands Kroon zijn ook twee borden met de aanduiding 'Welkom in het Waddenzee Werelderfgoed gebied' geplaatst en wordt er nog overlegd over de locatie van twee andere. Ook is er overleg gaande met het Rijk over grote borden langs de A7 en met succes van de bebording zal ook gekeken worden waar borden geplaatst kunnen worden langs vaarroutes. (Hollands Kroon als gebied)

Er wordt op regionaal niveau gewerkt aan marketing doordat de gemeente zich aansluit bij:

- Van Hollandse Bodem (regiomarketing)
- Cultuurcompagnie
- Leisure Board
- Stichting vrije tijdsindustrie (SVT)
- RVVV Top van Holland
- Westfriese Omringdijk
- De Nieuwe Afsluitdijk

Activiteiten binnen het toerisme- en recreatiebeleid

Om de gewenste doelen te bereiken, voert Hollands Kroon op dit moment de huidige activiteiten uit:

Afsluitdijk + haven Den Oever (Waddenpoort Den Oever)

De waddenpoort in Den Oever is een goed voorbeeld van een groot project dat bedoeld is om de toerisme- en recreatiesector te bevorderen. In dit project is gefocust op:

- Het koppelen van activiteiten aan de afsluitdijk
- Meer voorzieningen op de afsluitdijk
- Meer voorzieningen in Den Oever, zowel aan water als in centrum.

(Agenda afsluitdijk, 2014) (Waddenpoort den Oever)

Storytelling

Het is de bedoeling dat storytelling een groot onderdeel wordt binnen de recreatie- en toerismesector van Hollands Kroon. Rond deze verhalen kunnen meerdere relevante activiteiten gekoppeld worden, zodat de bezoekers zich betrokken zullen voelen met zo'n verhaal. Er is in 2014 begonnen met het zoeken en samenstellen van verhalen en het is voor 2015 de bedoeling om dit verder uit te werken en te kiezen welke verhalen er gebruikt zullen worden. (Activiteitenplan 2015)

Marketing van Hollands Kroon

Het belangrijkste onderdeel van het toerisme- en recreatiebeleid van Hollands Kroon zal zijn om de mensen naar de regio trekken. De benodigde basisinfrastructuur voor toerisme en recreatie is al aanwezig in de regio, maar omdat vrij weinig mensen weten van wat er hier allemaal te doen is zal de infrastructuur grotendeels ongebruikt blijven.

De grootste doelgroepen van Hollands Kroon zitten al (tijdelijk) in Noord Holland en dus moet de gemeente:

- Mensen van de Noordzeekust aantrekken
- Mensen rondom Amsterdam aantrekken
- Naamsbekendheid opbouwen

De marketing kan eigenlijk pas effectief worden uitgevoerd wanneer er duidelijkheid is in de toerisme- en recreatiesector van Hollands Kroon. Er wordt hier nu aan gewerkt door zowel de gemeente als het bedrijfsleven.

Mogelijkheden in Hollands Kroon duidelijk maken

- De VVV Top van Holland is bezig met een inventarisatie van de mogelijkheden in de regio.
- Er is een plan om een informatieve plattegrond te maken met geïntegreerde fiets en wandelnetwerk, cultuurhistorische en toeristische attracties en evenementen. Deze zal hét hulpmiddel moeten worden voor toeristen in Hollands Kroon. (Activiteitenplan 2015)
- Promotionele film over de mogelijkheden in Hollands Kroon.

Het toeristisch aantrekkelijk maken van kleine attracties

Toetsen of voorzieningen passen bij een bepaald beleid, zodat ze dan bij elkaar gezet kunnen worden voor gezamenlijke promotie. Er is op dit moment een samenwerkingsverband tussen 37 ondernemingen die samen arrangementen samenstellen.

- De bollensector is een voorbeeld van een grote publiekstrekker, maar deze is onderverdeeld in kleine ondernemers die het moeilijk vinden zelf activiteiten te bieden.
- Pionieren in zee. Dit is een project waarbij activiteiten binnen de gemeente bij elkaar worden gevoegd rond het thema 'de zee'. Wanneer zulke projecten zijn opgezet is het belangrijk om marketing hiervoor uit te voeren. Wanneer het bekendheid begint te krijgen zullen er meer mensen volgen, zolang ze het actief en constant blijven aanbieden.
- Arrangementen kunnen gemaakt worden door de kleine attracties te laten samenwerken met grote attracties. Dit zal het proces versnellen, omdat de grote attracties al meer mensen bereiken en de kleinere kunnen dan hiervan meegenieten.

Infrastructuur

Er is in de gemeente Hollands Kroon al een goed aanbod van infrastructuur, maar het blijft verbeteren. Er komen steeds meer routes bij en de gemeente is ook bezig met een beleid schrijven voor uitgebreidere bebording voor de toerisme- en recreatiesector. Denk hierbij aan:

- Fietsroutes
- Wandelroutes (Nieuwe wandelpaden)
- Inventarisatie van bestaande routes
- Goed overzicht door bebording voor activiteiten
- Nieuwe routes maken die samen gaan met arrangementen die aangeboden worden (plannen voor nieuwe routes kunnen zowel geïnitieerd worden door het bedrijfsleven als door de gemeente)

Toeristen in Hollands Kroon proberen te houden

Dit wordt geprobeerd door de activiteiten bij elkaar te betrekken en arrangementen te maken. Hierdoor wordt het makkelijker om meerdere dingen in te plannen en ook over meerdere dagen verspreid. Wanneer dit niet gedaan wordt, zullen er veel mensen maar naar 1 plek toe gaan en dan weer weg. Ook vallen de activiteiten zo meer op, zodat er meer mensen heen gaan.

Uitgaven aan ondernemingen

De gemeente Hollands Kroon ondersteunt ondernemers die volgens hun een relevante bijdrage leveren aan de doelen van Hollands Kroon, zoals;

- Subsidies aan cultuur
- Bijdrage aan duurzame projecten
- Ondersteuning 'preferred' evenementen
- Overige (ondernemingen en andere evenementen)

De bijdrage aan duurzame projecten komt voor een deel uit een reserve dat beschikbaar is voor duurzaam toerisme en recreatie. Andere bijdragen aan ondernemingen moet vanuit andere potten

verzameld worden. We hebben begrepen dat er niet heel veel geld klaarligt voor toerisme en recreatie in gemeente Hollands Kroon. Dit kan een probleem zijn voor verdere ontwikkeling in de sector. Het zal dus binnenkort beslist moeten worden of de gemeente zich financieel meer moet betrekken in de sector, of dat ze het aan de ondernemingen over moeten laten.

Belasting heffen

Er wordt extra belasting geheven aan commerciële ondernemers in de toerisme- en recreatiesector, om zo meer inkomsten te genereren voor de gemeente. Er zijn ook gemeenten (in dezelfde regio) die dit niet doen. Dit zou een nadeel kunnen zijn voor Hollands Kroon omdat ondernemers zich nu een paar kilometer buiten de gemeente kunnen vestigen en zo kosten kunnen ontlopen. De belastingen die worden geheven zijn:

- Toeristenbelasting
- Forensenbelasting

De inkomsten die uit deze belastingen komen worden niet gereserveerd voor de toerisme en recreatiesector, maar gaan naar de algemene middelen van de gemeente. In 2014 is door de raad besloten een bedrag van € 15.000 uit deze middelen apart te zetten om initiatieven op recreatie en toerisme gebied te faciliteren.

Partners van de gemeente Hollands Kroon

De gemeente Hollands Kroon heeft een hoop partners waarmee samengewerkt wordt op het gebied van toerisme en recreatie. Hieronder hebben we de volgens ons belangrijkste partners genoemd en het doel van de samenwerking.

- VVV Top van Holland, deze samenwerking heeft als doel het profileren van de regio. Door te profileren is het mogelijk de marketing van de regio en dus ook van de gemeente effectiever uit te voeren.
- Amsterdam, drukte wegnemen van Amsterdam (besproken in een interview met wethouder T. Meskers). Bussen met mensen naar Hollands Kroon brengen voor een dagje weg. Deze samenwerking zal een grote rol kunnen spelen in het toerisme van Hollands Kroon in de toekomst.
- Ondernemingsfederatie Holland Kroon (www.bezoekhollandskroon.nl), deze samenwerking heeft als doel; toeristen informeren over Hollands Kroon en een deel van de marketing voor Hollands Kroon. Deze samenwerking met de ondernemers is ook nodig om een passend beleid vast te stellen waar de ondernemers ook achter staan.
- Ondernemers van kleine attracties, helpen met samenwerking zodat ze samen met andere ondernemers een groter publiek kunnen trekken. Ook krijgen ze wat vrijheid om zo zelf meer mensen te trekken (dit is tegenstrijdig, uit het resultaat van de enquête blijkt dat dit niet gebeurt. Zie hiervoor 'Meningen van stakeholders').
- Grote ondernemers in Hollands Kroon die al veel toeristen trekken, helpen met opzetten van projecten, omdat zij al veel mensen bereiken. Hierbij zouden zowel de grote als kleine ondernemers een voordeel hebben, omdat de sector zo groeit.
- Provincie Noord Holland werkt uiteraard ook samen met de gemeente (ook al gaat de samenwerking vooral 1 kant op). De provincie deelt het budget dat de gemeente kan besteden uit. Er zijn een aantal richtlijnen die de provincie geeft, zoals duurzaamheid in " (Agenda Groen, 2013)" en de provincie dient als informatievoorziening, zoals met de leefstijlatlas.
- Regionale organisaties en stichtingen zoals:
 - Van Hollandse Bodem
 - Cultuurcompagnie
 - Leisure Board
 - Stichting vrije tijdsindustrie (SVT)
 - RVVV Top van Holland
 - Westfriese Omringdijk
 - De Nieuwe AfsluitdijkMet behulp van deze partners kan Hollands Kroon de regio helpen eenheid te krijgen, waar dan een duidelijk beleid op kan worden afgestemd.
- Naburige Gemeenten, samenwerking om beter op de kaart komen te staan en samenwerking in projecten die meerdere gemeenten overkoepelen, zoals wandelpaden. (Nieuwe wandelpaden)

Financiële cijfers

In dit hoofdstuk worden de inkomsten en uitgaven van Hollands Kroon die betrekking hebben op het toerisme en recreatie uitgelicht.

Loonkosten

De enige echte loonkosten die verband hebben met het toerisme en recreatie zijn die van de enige werknemer die werkzaam is op dit terrein. Hij besteedt hier zijn volle werkweek van 36 uur aan, wat neerkomt op € 76.500,- Verder zijn er nog werknemers werkzaam binnen de cultuur, cultureel erfgoed en belasting (het innen van toeristen- en forensenbelasting), maar deze zijn niet noemenswaardig voor dit onderwerp.

Beleidsuitgaven

Buiten de Subsidies en loonkosten om, is er in 2014 gewerkt met een budget van € 81.350 zoals is te zien in tabel 1. Met dit budget moeten de doelstellingen worden behaald en gewerkt worden aan de visie op lange termijn. Echter is er voor het toerisme- en recreatiebeleid geen budget opgenomen in de programmabegroting. Enkel de uitgaven aan de 'RVVV Top van Holland' zijn opgenomen bij een doelstelling van programma 5.

Uitgaven:	2013	2014	2015
Wandelrouten netwerk		€20.750	€20.750
Ondersteuning ¹		€17.400	€10.000
Website ¹			€7.800
RVVV Top van Holland	€40.000	€39.994	€33.995
Leefstijlonderzoek ²	€20.842		
Leefstijlonderzoek ³	€8.700		
Communicatie	-	-	-
Rondje IJsselmeer	€595	€595	€595
Havengids	€1.135	€1.135	€1.135
Recreatiekrant	€1.100	€1.100	€790
Netwerkbijeenkomst	-	€384	€750
Totaal		€81.350	€75.815

Tabel 1

De uitgaven aan: rondje IJsselmeer, recreatiekrant en havengids zijn jaarlijkse uitgaven die ieder jaar terugkomen, zoals is te zien in tabel 1 en tabel 2. Het wandelrouten netwerk is een investering die over meerdere jaren wordt belast. De uitgaven aan RVVV Top van Holland komen voort uit een contractuele verplichting op basis van een samenwerkingsverband. Met deze samenwerking wordt onder andere de marketing van de regio georganiseerd.

¹ Werkgroep Recreatie en Toerisme

¹ Werkgroep Recreatie en Toerisme

² Bureau Ruimte en Vrije Tijd

³ Multimarketeers

Activiteiten	Budgetten
Wandelroutenetwerk	FCL 6580010, ECL 343160
Werkgroep Recreatie en Toerisme (ondersteuning + website)	FCL 631.0000, ECL 343001
RVVV Top van Holland	Contractuele verplichting
Rondje IJsselmeer	Jaarlijkse uitgaven
Havengids	Jaarlijkse uitgaven
Recreatiekrant	Jaarlijkse uitgaven
Netwerkbijeenkomst	FCL 631.0000, ECL 343001

Tabel 2

Subsidies

Zoals in tabel 3 uit de programmabegroting van 2015 (paragraaf 7) is te zien, is er voor 'Sport, Recreatie en Toerisme' een subsidieplafond van € 572.511,-, wat het maximaal uit te keren bedrag aan subsidies aangeeft.

Thema	Plafond
Gezondheid	€ 200.666
Jeugd	€ 543.640
Kunst en Cultuur	€ 604.926
Maatschappelijke voorzieningen en zorg	€ 509.017
Ouderen	€ 172.556
Sport, Recreatie en Toerisme	€ 572.511
Totaal	€ 2.603.316
Budget in begroting 2015	€ 2.726.517
Saldo	€ 123.201
Taakstelling accommodatiebeleid	€ 32.000
Overboeken naar de Wirg (BeRap)	€ 27.815
Overboeken van Gezondheid naar CJG	€ 26.515
Budgettaire ruimte	€ 36.871

Tabel 3

In tabel 4 staat een overzicht van de subsidieaanvragen op het gebied van 'Sport, Recreatie en Toerisme'. De totale subsidieaanvraag in 2015 is € 687.601. In tabel 4 is te zien wat de maximaal verstrekte subsidies zijn en welke aanvragen niet zijn meegenomen. Als het gaat over het toerisme- en recreatiebeleid kunnen we aannemen dat sport een vorm van recreatie is. De volgende subsidies zijn in dat geval aan toerisme gerelateerd: stichting Nazomer in Niedorp, stichting Bloemendagen, stichting De Nieuwe Horn, stichting Dorpshuis Den Oever (Vikingschip), stichting Weg van de Vikingen, Cultuur Compagnie en Cultuurcompagnie (Westfriese Omringdijk). Dit houdt in dat de totale subsidies aan toerisme € 11.376 bedragen en de totale subsidies aan sport en recreatie in totaal € 561.135 kosten. Dit grote verschil komt door de hoge subsidie aan Sportservice Noord-Holland en Stichting Zwembad Anna Paulowna.

Thema	Organisatie	Aanvraag 2015	Maximale subsidie 2015
Sport, Recreatie en Toerisme	Sportservice Noord Holland	€ 207.480	€ 207.480
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Natuurbad "De Wirg"	€ 1.361	€ 1.361
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Zwembad Anna Paulowna	€ 178.531	€ 169.152
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Zwembad 't Petje	€ 765	€ 765
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Zwembad Wieringerwaard	€ 13.620	€ 13.620
Sport, Recreatie en Toerisme	Sportservice Noord Holland	€ 81.380	€ 81.380
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Niedorphal	€ 31.000	€ 30.750
Sport, Recreatie en Toerisme	Zwem- en Waterpolovereniging "Oude Veer"	€ 6.500	€ 6.500
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Sportcentrum Wieringen	€ 35.852	€ 35.852
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Kroondieren	€ 24.510	€ 13.400
Sport, Recreatie en Toerisme	Welzijnstichting Wieringerwaard	€ 1.250	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Nazomer in Niedorp	€ 500	€ 500
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Bloemendagen	€ 3.000	€ 3.000
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting De Nieuwe Horn	€ 45.000	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Dorpshuis Den Oever (Vikingschip)	€ 15.000	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Recreatievereniging Breezand	€ 1.362	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Recreatievereniging Senioren Kleine Sluis	€ 3.140	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting dorpshuis de Harmonie	€ 15.800	€ -
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting Dorpsraad Oude Niedorp	€ 1.750	€ 875
Sport, Recreatie en Toerisme	Stichting 'Weg van de Vikingen'	€ 4.200	€ 4.200
Sport, Recreatie en Toerisme	Cultuur Compagnie	€ 600	€ 600
Sport, Recreatie en Toerisme	Cultuurcompagnie (Westfriese Omringdijk)	€ -	€ 3.076
Sport, Recreatie en Toerisme	Cultuurcompagnie (Karavaan)	€ 15.000	€ -

Tabel 4

Belastingopbrengsten

Havengelden zijn indirecte opbrengsten van het toerismebeleid. Deze opbrengsten vallen ook onder het grondbeleid in programma 3 (economische zaken). Uit de programmabegroting is ook op te merken dat de opbrengsten niet in verhouding staan tot de kosten van de havens.

	2012	2013	2014	2015
Toeristenbelasting	€49.068	€61.061	€64.162	€76.000
Forensenbelasting	€167.128,60 ⁴	€215.984,55 ⁵	€111.023,65 ⁶	€178.971
Havengelden	Niet kostendekkend	"	"	"

Tabel 5

⁴ Nog te ontvangen over 2012

⁵ Inbegrepen een te hoge schatting van de nog op te leggen aanslagen forensenbelasting

⁶ Terugboeking leidt tot een lager resultaat

Meningen van de stakeholders

Deze paragraaf is gebaseerd op de enquête die we naar ondernemingen werkzaam in de toerisme- en recreatiesector binnen Hollands Kroon hebben verstuurd.

Bij de vraag of er veel mogelijkheden binnen Hollands Kroon zijn om te recreëren voor toeristen en bewoners hebben de meeste geënquêteerden de antwoordmogelijkheden 'voldoende' en 'weinig' aangegeven. Enkeligen hebben 'heel veel' en 'veel' aangegeven. Dit verschil zal verklaard kunnen worden door het verschil in visie doordat de geënquêteerden uit verschillende sectoren komen, dit zal eveneens het geval zijn bij de volgende vragen.

Als we de resultaten van de vragen of de gemeente goed luistert naar de recreatiebehoefte van de toeristen die naar Hollands Kroon komen en of de gemeente goed luistert naar deze behoefte van de bewoners zelf met elkaar vergelijken, is er een verschil op te merken. Namelijk dat er iets beter naar de behoefte van de toeristen wordt gekeken dan naar de behoefte van de bewoners binnen Hollands Kroon. Bij beide geeft het merendeel voldoende aan, maar bij de recreatiebehoefte van de toeristen wordt er meer (namelijk 30% tegenover 15%) aangegeven dat er goed naar wordt geluisterd. Bij de vraag m.b.t. de behoefte van de bewoners geeft zelfs een kwart aan dat de gemeente slecht luistert naar hun recreatiebehoefte. Wat opvalt is dat bij beide vragen niemand het antwoord 'heel goed' heeft ingevuld. Hier zou dus nog verbetering kunnen plaatsvinden.

Of de gemeente betrokken is bij de branche waarin de ondervraagde werkt heeft 45% aangegeven dat dit het geval is. 35% vindt echter dat de gemeente weinig betrokken is en zelfs 15% vindt de gemeente niet betrokken. Dit is opmerkelijk, omdat alle geënquêteerden betrokken zijn bij het toerisme binnen Hollands Kroon.

Afbeelding 1



Antwoorden of gemeente betrokken is in de branche

45% van de geënquêteerden vindt dat er veel regelgeving vanuit de overheid is binnen de branche waarin zij werkzaam zijn. 35% vindt de hoeveelheid regelgeving neutraal en 15% vindt het juist heel veel. Hieruit valt te concluderen dat de ondervraagden meer regelgeving vanuit de overheid ervaren dan specifiek vanuit de gemeente.

De meeste ondervraagden zijn het over de volgende vraag met elkaar eens: 'Zijn er regelingen van de gemeente Hollands Kroon waar uw bedrijf voordeel bij heeft?'. De overgrote meerderheid, 80%, geeft hier namelijk het antwoord 'nee'. Als vanzelfsprekend geeft de andere 20% aan van wel, waarbij de volgende motivaties genoemd zijn:

- Soms bij navraag, komt niet uit de gemeente.
- Onder de 50 bezoekers geen vergunningplicht.
- Kleine sponsoring.

50% van de geënquêteerden ziet belemmeringen vanuit de gemeente waarmee het bedrijf wordt benadeeld. Zij geven hiervoor de volgende motivaties:

- Bemoeiing van ambtenaren, met onduidelijke eisen. Uiteindelijk geen hulp wanneer je daarnaar vraagt.
- Geen bewegwijzering/ niet goed geregeld. (Dit wordt twee keer aangegeven)
- Toeristenbelasting, wordt in Alkmaar bijvoorbeeld niet geheven. Wordt als ongastvrij ervaren. (Dit wordt twee keer aangegeven)
- Verdere ontwikkeling.
- Mate van heffingen die voor de jachthaven en het recreatiepark zeer nadelig zijn.
- We mogen maar vier bedden hebben in onze B&B en zouden dit graag willen uitbreiden.
- Weigering aanleggen terras.

De kleine musea van Kolhorn zijn uniek en verdienen enige financiële steun van Hollands Kroon. De andere 50% ziet deze belemmeringen niet.

De antwoorden van de vraag: 'Zijn er sinds de fusie van de gemeenten in 2012 grote veranderingen geweest binnen de toerisme- en recreatiesector?' liggen erg dicht bij elkaar. 55% vindt namelijk van wel en 45% vindt van niet. De meningen zijn hier dus erg over verdeeld en er kan geen genererende conclusie uit worden getrokken.

Bij de vraag of het aantal klanten/opdrachten sinds 2012 is gestegen of gedaald heeft 10% aangegeven dat deze gedaald zijn. 50% geeft echter aan dat er geen verschil is en 40% dat ze gestegen zijn. Dit neigt dus meer naar een stijging van het aantal klanten of opdrachten. Van het aantal respondenten die aangaven dat het aantal klanten of opdrachten is gedaald, geeft 25% aan dat dit zowel door de economische omstandigheden komt als door het overheidsbeleid. Van het aantal respondenten die aangaven dat het aantal klanten of opdrachten is gestegen, geeft het merendeel (66,7%) aan dat het beleid of de activiteiten van Hollands Kroon hier geen bijdrage aan hebben geleverd. De andere 33,3% geeft aan dat dit beleid / deze activiteiten hier een kleine/redelijke aan hebben geleverd.

De meningen over het feit hoe de gemeente Hollands Kroon wordt gezien zijn erg verdeeld. Het merendeel, namelijk 45%, ziet de gemeente als een neutrale speler. Waarschijnlijk behoren zij ook tot de groep die van mening is dat de gemeente weinig invloed heeft op hun bedrijfsvoering. 35% ziet de gemeente als een partner en 20% ziet de gemeente als een last.

35% van de geënquêteerden vindt dat er meer toeristen naar de gemeente komen door de activiteiten van de gemeente. Echter denkt 65% het tegenovergestelde. Bij deze 65% zijn dus nog ruime groeimogelijkheden voor de activiteiten van Hollands Kroon.

Het merendeel van de respondenten, namelijk 55%, is van mening dat de activiteiten van de gemeente voor geen overlast zorgen. 45% ervaart echter wel overlast, waarvan zelfs 15% veel overlast ervaart. Geen een van de respondenten ervaart door deze activiteiten juist minder overlast.

Over de vraag of de gemeente met haar activiteiten, regelgeving en overige bemoeienis ruimte en kansen biedt om te kunnen ondernemen binnen de toerisme- en recreatiesector zijn de meningen verdeeld. De helft is van mening dat de gemeente deze ruimte en kansen biedt en 10% daarvan vindt dat de gemeente deze ruimte en kansen ook veel biedt. 45% vindt dat de gemeente deze kansen maar weinig biedt en slechts 1 respondent (5%) ervaart juist minder ruimte en kansen.

Bij de vraag of de geënquêteerde van mening is dat door het toerisme- en recreatiebeleid van de gemeente de sector zich goed heeft kunnen ontwikkelen, zijn de meningen eveneens verdeeld. 45% is het hiermee eens en 55% is het hiermee oneens.

Het merendeel van de respondenten, namelijk 66,7%, is van mening dat het toerisme- en recreatiebeleid van Hollands Kroon weinig invloed heeft op de vraag naar arbeid in deze sector. 28,6% denkt dat er hierdoor meer vraag naar arbeid is in deze sector en 4,8% (1 respondent) denkt juist minder.

Conclusie:

De meningen van de respondenten zijn waarschijnlijk door hun ervaringen vanuit de eigen branche verschillend van elkaar. De ene branche ervaart juist positieve gevolgen en de andere meer negatieve gevolgen. Wat wel opmerkelijk is, zijn de volgende vragen:

- Heeft de gemeente Hollands Kroon een positieve invloed op de toerisme- en recreatiesector? Hier heeft 66,7% aangegeven dat dit het geval is.
- Zijn er regelingen vanuit de gemeente waar uw bedrijf voordeel bij heeft? Hier heeft 81% aangegeven dat dit niet het geval is. Een verklaring hiervoor kan zijn dat het makkelijker is om negatieve regelingen op te merken dan positieve regelingen.
- Komen er door de activiteiten van de gemeente meer toeristen naar Hollands Kroon? Hier heeft 65% aangegeven dat dit niet het geval is.

Bij deze vragen is te zien dat de mening van de ondernemers sterk naar één kant trekt.

Maatschappelijke effecten van het huidige beleid

Om de vraag wat de maatschappelijke effecten van het huidige beleid van de gemeente Hollands Kroon zijn te kunnen beantwoorden, hebben wij de volgende subdeelvragen opgesteld (onderstaande kopjes). Zij geven naar onze mening goed weer wat de maatschappelijke effecten zijn.

Inkomsten toeristenbelasting en havengelden van de afgelopen twee jaar

De inkomsten van de toeristenbelasting is in de afgelopen jaren flink opgelopen, van € 49.068 in 2012 naar € 61.061 in 2013 en € 64.162 in 2014. De ontvangsten van de toeristenbelasting zijn dus in de afgelopen jaren toegenomen, dit wil echter niet zeggen dat er meer toeristen zijn gekomen omdat het tarief voor toeristenbelasting in de afgelopen jaren ook flink is gestegen.

2012	2013	2014
€ 1,00	€ 1,12	€1,25

Tarief toeristenbelasting Hollands Kroon PPPN (per persoon per nacht) (Toeristenbelasting NH, 2013)

De havenopbrengsten zijn in 2013 circa € 400.000 en deze zijn in 2014 gestegen naar ruim € 450.000 in deze stijging kun je zien dat er meer gebruik wordt gemaakt van havens in Hollands Kroon, er komen meer boten en boten blijven langer liggen in de havens.

Moet de infrastructuur worden aangepast

Deze vraag is overbodig gebleken. Uit de enquête is naar voren gekomen dat hier inderdaad vraag naar is, echter is de gemeente Hollands Kroon, zoals eerder benoemd, reeds al bezig met het formuleren van een beleid op dit gebied.

Het aantal overnachtingen in de afgelopen twee jaar (in hotels, B&B, appartement, camping, recreatiewoningen)

Om het aantal overnachtingen te meten gaan wij de binnengekregen toeristenbelasting delen door het tarief voor toeristenbelasting, zo krijgen we namelijk het aantal overnachtingen te weten.

2012. € 49.068 / € 1,00 = 49.068 overnachtingen

2013. € 61.061 / € 1,12 = 54.518 overnachtingen

2014. € 64.162 / € 1,25 = 51.329 overnachtingen

Nu we deze cijfers hebben, lijkt de groei in het toerisme van Hollands Kroon die we bij subdeelvraag 3.1 dachten te hebben ontdekt wel mee te vallen. Er is in ieder geval geen duidelijke groei te zien in het aantal overnachtingen. Er zou echter wel een groei kunnen zijn, maar deze is niet terug te vinden in deze cijfers. Er is in 2013 niet overal in Hollands Kroon toeristenbelasting geheven. Hierdoor wordt het aantal overnachtingen in 2013 circa 75.000 (Programmabegroting HK 2015) en er is daarover geen schatting gedaan in 2014.

Het soort toeristen sinds 2012 in vergelijking met eerdere jaren

Hollands Kroon zegt zelf zich de laatste jaren meer op de dagjestoeristen en de toeristen uit de eigen gemeente te richten. Deze mensen komen voor de vele kleine attracties, de rust, ruimte en natuur. Ook de agrarische sector als toeristische attractie wordt als belangrijk punt gezien. Denk hierbij aan de tulpenexcursies en Agriport. Uit de enquête blijkt echter dat 15% van de respondenten vindt dat Hollands Kroon goed naar de recreatiebehoefte van de bewoners van Hollands Kroon luistert. Wel is

het aantal dagjestoeristen toegenomen. Denk hierbij aan de volle bussen met toeristen die vanuit Amsterdam hier naartoe komen voor een dag.

De invloed van het beleid op de werkgelegenheid

Het beleid voor zover dat nu gevoerd wordt, heeft naar mening van de respondenten een geringe invloed op de werkgelegenheid. Van het aantal respondenten die aangaven dat het aantal klanten of opdrachten is gedaald, geeft 25% aan dat dit zowel door de economische omstandigheden komt als door het overheidsbeleid. Van het aantal respondenten die aangaven dat het aantal klanten of opdrachten is gestegen, geeft het merendeel (66,7%) aan dat het beleid of de activiteiten van Hollands Kroon hier geen bijdrage aan hebben geleverd. De andere 33,3% geeft aan dat dit beleid / deze activiteiten hier een kleine/redelijke aan hebben geleverd. Wel geven meer respondenten dus aan dat deze invloed positief is. Hiernaast heeft de sector recreatie en toerisme nog geen hele grote bijdrage in het totale aanbod van arbeidsplaatsen. Wanneer de sector groeit zou er waarschijnlijk een beter verband kunnen worden aangetoond tussen het beleid en de werkgelegenheid.

Het aantal ondernemingen sinds 2012

Met ondernemingen in de toerisme- en recreatiesector doelen wij op de horeca, cultuur, sport en recreatie. Deze sectoren bevatten 6,4% van de totale vestigingen en 5,5% van het aantal banen binnen Hollands Kroon. Deze sector is geen grote speler binnen Hollands Kroon, maar dat wil niet zeggen dat deze onbelangrijk is.

Sectoren (SBI 2008)	Vestigingen		Banen	
	aantal	percentage	aantal	percentage
A - Landbouw, bosbouw en visserij	963	20,1 %	3.140	20,0 %
- Winning van delfstoffen	x	x %	x	x %
C - Industrie	249	5,2 %	1.175	7,5 %
D - Energiesector	15	0,3 %	42	0,3 %
E - Watermanagement	14	0,3 %	160	1,0 %
F - Bouwnijverheid	697	14,5 %	1.414	9,0 %
G - Groot- en detailhandel	792	16,5 %	2.785	17,8 %
H - Vervoer en opslag	124	2,6 %	727	4,6 %
I - Horeca	135	2,8 %	508	3,2 %
J - Informatie en communicatie	133	2,8 %	207	1,3 %
K - Financiële instellingen	78	1,6 %	333	2,1 %
L - Onroerend goed	66	1,4 %	174	1,1 %
M - Onderzoek en Advies	526	11,0 %	1.086	6,9 %
N - Overige zakelijke dienstverlening	188	3,9 %	858	5,5 %
O - Openbaar bestuur	5	0,1 %	367	2,3 %
P - Onderwijs	126	2,6 %	779	5,0 %
Q - Gezondheids- en welzijnszorg	245	5,1 %	1.167	7,4 %
R - Cultuur, sport en recreatie	171	3,6 %	357	2,3 %
S - Overige dienstverlening	265	5,5 %	391	2,5 %
Totaal	4.793		15.670	

x = onder drempelwaarde

Tabel 6 (Programmabegroting HK 2015)

Hoe kan je het beleid meten in de toekomst?

Samenwerking

Tevredenheid van de ondernemers in de sector meten. Omdat de gemeente Hollands Kroon zo gefocust is op het betrekken van ondernemers bij de ontwikkeling van toerisme en recreatie, zou het een goed meetpunt zijn om de tevredenheid van de ondernemers te meten. We hebben in dit rapport al een indruk gegeven over hoe ondernemers over de gemeente en het beleid denken en het zou een goed idee zijn om in de gaten te houden hoe dit zich ontwikkelt.

Kengetallen

- Het aantal arbeidsplaatsen in de toeristisch- en recreatieve sector meten. Het aantal arbeidsplaatsen in deze sector heeft een verband met de effectiviteit van het gevoerde beleid;
- Het aantal overnachtingen meten. Dit kan gedaan worden op basis van de toeristenbelasting die de gemeente binnen krijgt;
- Het aantal dagtochten meten. Dagtochten staan tegenwoordig aardig representatief voor het toerisme en de recreatie;
- De inkomsten van de havengelden bijhouden. De hoogte hiervan geeft precies weer hoe veel boten er aanmeren in de haven;
- Aantal bezoekers en abonnementsbezoeken (van bijvoorbeeld de dierentuin).

Bij de bovenste vijf meetpunten moet uiteraard wel rekening worden gehouden met de invloed van de economie en de inspanningen van de ondernemingen zelf. Het kan hierdoor lastig zijn om echt de resultaten te koppelen aan de activiteiten van het beleid.

Bereiken van doelen

Ook een optie van het meten van de effectiviteit van het beleid is het kijken of de doelen die gesteld zijn ook daadwerkelijk gehaald worden. Zo kan het beleid duidelijk geëvalueerd worden. Om dit te doen moet er wel een duidelijk beleid zijn met (korte termijn-) doelen die SMART zijn geformuleerd.

Naamsbekendheid

De marketing van de gemeente Hollands Kroon en omliggende regio staat nu hoog op de lijst. Het is de bedoeling om een naam te maken met de idealen waar Hollands Kroon voor staat. Om te kijken hoe effectief het beleid is, zou er gekeken kunnen worden naar hoe bekend Hollands Kroon is voor toeristen. Wanneer mensen aan "het pure Hollandse karakter" denken, zou Hollands Kroon direct in hun gedachten moeten komen.

Dit zijn enkel ideeën van ons waarmee wij denken dat het beleid te meten is. We raden het de gemeente Hollands Kroon aan om zelf hier nog over na te denken en meetpunten afstemmen op hun opgestelde doelen.

Conclusie

Wij zijn van mening dat de gemeente Hollands Kroon redelijk effectief bezig is met het uitvoeren van hun “beleid”. Dit is vooral zo omdat er weinig geld beschikbaar is voor deze sector. De toekomst van de sector zal net zoals in de visie staat, gericht zijn op dagjestoeristen die een rondreis door Hollands Kroon zullen maken. Door de aanwezigheid van veel activiteiten en basisinfrastructuur zijn wij van mening dat het belangrijkste onderdeel van het beleid moet zijn; de marketing van de gemeente en de omliggende regio. De meeste activiteiten in de gemeente liggen allemaal al klaar of worden klaargemaakt en de ondernemers zijn ook bereid om op een groeiende vraag in te spelen. Wat betreft de maatschappelijke effecten, zal een grotere toeristische en recreatieve sector wel bijdragen aan meer geld in de regio, maar niet heel veel nieuwe arbeidsplaatsen. Veel activiteiten die je hierbij nodig hebt zijn er immers al. De maatschappelijke activiteiten zijn overigens vrij lastig bij te houden omdat veel van de cijfers en kengetallen geen onderscheid maken tussen sommige sectoren. Uiteindelijk zijn wij toch van mening dat de gemeente Hollands Kroon veel potentie heeft om uit te groeien tot een grote toeristische regio, maar om dit te realiseren zal alles wel op orde moeten zijn en dit is nog niet het geval geweest na de fusie in 2012.

Aanbevelingen

Hieronder geven wij een aantal aanbevelingen waarvan wij van mening zijn dat ze een goede toevoeging zullen zijn voor het toerisme- en recreatiebeleid van Hollands Kroon.

Ten eerste is de marketing van de gemeente een belangrijk aandachtspunt. De gemeente zal meer bekend moeten worden en mensen moeten vaker de naam tegenkomen. Zo zal ook een breder publiek worden bereikt. Enkele stappen voor de verbetering hiervan kunnen zijn:

- Komborden benutten om een url of QR-code van de site www.bezoekhollandskroon.nl erop te zetten, zodat mensen continu worden geconfronteerd met de mogelijkheid meer informatie over het gebied op de zoeken.
- De website van het vorige benoemde punt ook in het Engels maken. Zo kunnen ook mensen van buiten Nederland zich van te voren goed informeren over de gemeente en kan er een groter publiek bereikt worden.
- Meer samenwerkingsverbanden met organisatoren van bijvoorbeeld dagtochten. Zij kunnen dan (de site van) Hollands Kroon promoten. Dit kunnen zij bijvoorbeeld doen door op hun flyers ook de website van bezoek Hollands Kroon te benoemen en de toeristen meer op de recreatiemogelijkheden te wijzen.
- Aantal dagjestoeristen meten omdat dit een groot deel van de toekomst van Hollands Kroon is, wanneer hier inzicht in is kan er beter op de vraag gereageerd worden.
- Een actiever beleid op de social media zoals facebook. Hiermee wordt vooral bedoeld dat de facebookpagina meer gepromoot moet worden. Dit kan bijvoorbeeld in de lokale krant, op facebookpagina's van andere gemeenten of organisaties en meer opvallend op de eigen website. Eventueel zou een instagram account met foto's van de mooie omgeving van Hollands Kroon een vooruitgang kunnen boeken. Dit is relatief goedkope reclame en er kan een groot publiek mee worden bereikt. Ook zijn acties op deze social media een optie om zo meer aandacht voor Hollands Kroon te krijgen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een actie waarbij volgers worden uitgenodigd om de mooiste foto van Hollands Kroon te maken en deze op hun facebookpagina te plaatsen, waarin de gemeente wordt getagd. Vervolgens kiest Hollands Kroon de mooiste foto uit en plaatst deze bijvoorbeeld in de krant of als achtergrond van een flyer. Met deze actie krijgen alle vrienden van de persoon die deze foto plaatst te zien hoe mooi Hollands Kroon is en deze vrienden kunnen natuurlijk overal vandaan komen.

Als tweede aandachtspunt willen wij de samenwerkingsverbanden noemen. Een belangrijk punt hierin is de samenwerkingsverbanden met de buurgemeenten/ omgeving en met het overtoeristische Amsterdam. Doordat er veel toeristen naar Amsterdam komen, is Amsterdam eigenlijk te vol geworden. Veel van deze toeristen vinden het prachtig om het puur Hollandse te ervaren en waar kan dat nou beter dan in de prachtige Hollandse gemeente Hollands Kroon?! Verder is het verstandig om meer met de ondernemers te gaan samenwerken. Zij zitten namelijk midden in de omgeving en de markt en zullen ontwikkelingen op dit vlak wellicht sneller oppakken. Voor deze ondernemers is het handig als er een centraal aanspreekpunt binnen de gemeente waar zij met vragen over dit onderwerp terecht kunnen en welke hen dan ook verder zal helpen. Zo is het ook makkelijker voor ondernemers om met initiatieven en verbeteringen te komen, wat ook belangrijk is omdat de ondernemers immers een groot deel van de ontwikkelingen in de sector moeten verzorgen. Ook zullen en samenwerkingsverbanden tussen kleine en grote attracties moeten komen. Samen zullen zij verder komen en meer vraag bereiken dan alleen.

Een ander belangrijk punt is de organisatie binnen de gemeente zelf. Willen er doelen bereikt worden, zullen informatie en voortgang bijgehouden moeten worden. De toeristenbelasting zal voor heel de gemeente hetzelfde moeten zijn. Ook is het een verstandig punt om in te voeren dat de inkomsten uit de toeristenbelasting ook daadwerkelijk aan het toerisme- en recreatiebeleid worden besteed. Er zal gekeken moeten worden hoe veel toeristische ondernemingen erbij komen, wat de uitgaven aan dit beleid zijn en wat de overnachtingen door de tijd heen zijn. Hierbij moet uiteraard, zoals eerder ook al benoemd is, rekening worden gehouden met de economische ontwikkelingen en de inspanningen van de ondernemingen zelf.

Dankwoord

Hierbij willen wij graag Hollands Kroon bedanken, met in het bijzonder Jolanda Verhoeks, Huub Tibie en Fijko van der Laan. Zij hebben ons gedurende het gehele project uitstekend begeleid en van de benodigde informatie voorzien. Tevens willen wij de leraren binnen Inholland Alkmaar bedanken, met name Maarten Eldermans, waar we altijd terecht konden voor vragen en ondersteuning. Natuurlijk konden we niet zonder de mening van de bedrijven in de toerisme- en recreatiesector van Hollands Kroon, dus ook hiernaar gaat onze dank uit.

Bijlage 1 contactadressen

Contactadressen recreatieve en toeristische voorzieningen

We hebben deze ondernemingen allemaal onze enquête toegestuurd, de response was net boven de 19%.

Campings en bungalowparken (vakantie woningen):

1. Camping de Mienthorst te Lutjewinkel info@demienthorst.nl
2. Camping '73 te Nieuwe Niedorp camping73@quicknet.nl
3. Camping 't Witte Hek te Nieuwe Niedorp info@campinghetwittehek.nl
4. Camping de Rietkraag te Zijdewind mail@campingderietkraag.nl
5. Camping 't Kolhonerndiep te Kolhorn sandrahonhoff@wanadoo.nl
6. Recreatiepark De Rijd te nieuwe niedorp info@vvederijd.nl
7. Camping de pauwen depauwen@quicknet.nl
8. Camping De Iepenhoeve, Boerderijcamping info@iepenhoeve.nl
9. Mini camping catharina hoeve mmaas16@tele2.nl
10. <http://recreatiewiringherlant.nl/> info@recreatiewiringherlant.nl
11. Camping de Iepenhoeve info@iepenhoeve.nl
12. Camping de Iepenhoeve info@iepenhoeve.nl
13. Watersportcamping Lutjestrond info@happygardenonline.nl
14. info@hetdijckhuis.nl
15. camping vislust sungarden@gmail.com
16. lighthouseholland@gmail.com
17. Camping t loze vissertje info@campinglozevissertje.com
18. Campingpark de bongerd info@bongerd.nl
19. stichting watersportcamping g.l.mooij@planet.nl
20. Camping Greco Marina te Winkel
21. Camping 't Zand te Winkel /
22. Boerencamping 't Veld

Restaurants

23. info@derijd.nl Restaurant de Rijd Nieuwe niedorp
24. info@restauranhetplein.nl hippolitushoek
25. info@zingendewielen.com
26. info@restaurantbasalt.nl
27. info@efferestaurants.nl
28. info@restaurantanker.nl
29. info@brasserie1610.nl
30. info@odk.nl
31. info@bistolutje.nl
32. de-roodeleeuw@hetnet.nl

Cafés

33. info@theishcottage.nl
34. watertorenwieringerwaard@gmail.com
35. info@barflyingdutchman.nl
36. prinsmauritsf@quicknet.nl

- 37. cafedestompetoren.nl
- 38. info@veerkoffiethemeer.nl
- 39. guurtje-aaltje@hotmail.com (café de houdzolder)
- 40. info@kasteleen.nl
- 41. info@brasserie1610.nl
- 42. bobenjose@quicknet.nl (cafe tante pietje)
- 43. info@cafebijdeburen.nl

Hotels en B&B

- 44. martine@villanieuwwand.nl
- 45. info@maartjecornelishoeve.nl
- 46. bbdepauw83@gmail.com
- 47. ankvanderhorst@telfort.nl
- 48. info@appelsenperenbedandbreakfast.nl
- 49. info@ollingartinn.nl
- 50. info@hoevedijkzicht.nl
- 51. helmen@hetnet.nl
- 52. service@flevohoeve.nl
- 53. laerburg@kpnplanet.nl
- 54. info@ewijcksluis.nl
- 55. koosvenema@kpnmail.nl
- 56. info@gastvrijkolhorn.nl
- 57. info@hoteldebrug.nl
- 58. info@restinn.nl
- 59. wieringermeer@valk.com

Jachthavens

- 60. info@jachthavenderijd.nl
- 61. voorzitter@wvap.nl
- 62. secretaris@wvap.nl
- 63. penningmeester@wvap.nl
- 64. Jachthaven Maria Den Oever
- 65. bkaper@quicknet.nl (jachthaven Kolhorn)
- 66. jachthaven@middenmeer.nl

Overige

- 67. post@sportvisserij-waddenzee.nl
- 68. info@bezoekhollandskroon.nl
- 69. info@partybootdekoperenhoorn.nl
- 70. info@eendracht-adventures.nl
- 71. info@balloncentrum.nl
- 72. info@partybootdekoperenhoorn.nl
- 73. info@dageraad.nl (sport vissen)
- 74. post@swrw.nl (sport vissen)
- 75. marketing@vvv-tvh.nl (vvv top van noordholland)
- 76. sportvisserijjorna@quicknet.nl
- 77. sportvis.poortman@quicknet.nl
- 78. info@makreelvissen.nl
- 79. mail@sportvissen-waddenzee.nl

80. admin@verenigingaak.nl
81. info@degrootrecreatie.nl
82. info@tulpenexcursie.nl
83. info@ofhk.nl
84. info@landgoedhoenerdaell.nl
85. contact@regthuysgolf.nl
86. info@museumjanlont.nl
87. museum@spaansen.nl
88. info@stichtingmuseumkolhorn.nl
89. info@leerwindsurfen.nl
90. hvdeblinkert@hotmail.com
91. wirg@hollandskroon.nl
92. devenne@hollandskroon.nl
93. Het wieinger VISTival info@vistival.nl
94. Agriport kassen info@bezoekagriport.nl
95. Bezoekboerderok leven van de wind info@levenvandewind.com
96. Galerie lessen Galerie Kees Doolaard doolaard@hetnet.nl
97. Kwekerij bloeiers info@bloeiers.nl
98. Michaëlskerk (exposities en concerten) info@sckw.nl
99. Molen de onderneming baracuda@quicknet.nl
100. Museum De Turfschuur info@stichtingmuseumkolhorn.nl
101. Parfumflessen Museum info@parfummuseum.nl
102. Sauna info@saunahetkuurhuys.nl
103. Sfeerboerderij info@janceeslont.nl
104. Museum viking info@vikingen.nl
105. Wieringe eilandmuseum jan lont info@museumjanlont.nl

Bijlage 2 Enquête Vragen

Om naast de interviews met ondernemers in Hollands Kroon een beeld te krijgen van wat de meningen zijn binnen de gemeente over het beleid is er een enquête opgesteld. Deze enquête is opgestuurd naar ongeveer **105** ondernemingen en organisaties die actief zijn binnen de gemeente. De mailadressen waarnaar de enquête is verzonden is bijgevoegd in de bijlage andere organisaties zijn via hun website benaderd. De enquête bestaat uit de volgende 20 vragen:

1. In welke branche bent u werkzaam?
2. Bij wat voor soort onderneming bent u werkzaam?
3. Zijn er veel mogelijkheden om te recreëren in de gemeente Hollands Kroon voor toeristen en bewoners? Heel veel / Veel / Neutraal / Weinig / Heel weinig
4. Luistert de gemeente volgens u goed naar de recreatiebehoefte van toeristen die naar Hollands Kroon komen? Heel goed / Goed / Neutraal / Slecht / Heel slecht
5. Luistert de gemeente volgens u goed naar de recreatiebehoefte van de bewoners van Hollands Kroon? Heel goed / Goed / Neutraal / Slecht / Heel slecht
6. Is de gemeente Hollands Kroon betrokken binnen de branche waarin u werkt? Ja / Nee
7. Is er sprake van veel regelgeving vanuit de overheid binnen uw branche? Heel veel / Veel / Een beetje / Weinig / Geen
8. De gemeente Hollands Kroon heeft een positieve invloed op de toerisme- en recreatiesector? Eens / Oneens
9. Is de gemeente Hollands Kroon bezig met projecten waar uw bedrijf voordeel bij heeft? Ja, namelijk / Nee, wij missen
10. Ziet u belemmeringen vanuit de gemeente waar uw bedrijf mee wordt benadeeld? Ja / Nee
11. Zijn er sinds de fusie van de gemeenten in 2012 grote veranderingen geweest binnen de toerisme- en recreatiesector? Ja / Nee
12. Is het aantal opdrachten/klanten sinds 2012 gedaald of gestegen? Gedaald / Gestegen
13. (indien gedaald) Is dit door een slecht overheidsbeleid of slechte economische omstandigheden? Overheidsbeleid / economische omstandigheden / anders
14. (indien gestegen) Hebben het beleid of de activiteiten van de gemeente Hollands Kroon hier aan bijgedragen? Heel grote / Grote / Redelijke / Kleine / Geen bijdrage
15. Hoe ziet u de gemeente? Partner / Neutrale speler / Last
16. Komen er door de activiteiten van de gemeente volgens u meer toeristen naar Hollands Kroon? Ja / Nee
17. De activiteiten van de gemeente (voor zover u deze merkt) zorgen voor veel of weinig overlast? Veel overlast / weinig overlast / geen overlast / juist minder overlast
18. Biedt de gemeente met haar activiteiten, regelgeving en overige bemoeienis ruimte en kansen om te ondernemen binnen de toerisme- en recreatiesector? Ja veel / ja / nee / juist minder ruimte en kansen
19. Denkt u dat door het toerisme- en recreatiebeleid van de gemeente de sector zich goed heeft kunnen ontwikkelen? Ja / Nee
20. Denkt u dat er door het toerisme- en recreatiebeleid van de gemeente meer of minder vraag is naar arbeid in de betreffende sector? Meer / minder

Bijlage 3 Bronnenlijst

(sd). *Activiteitenplan 2015*.

Agenda afsluitdijk. (2014). Opgehaald van <http://www.deafsluitdijk.nl/wp-content/uploads/2014/06/Ambitie-Agenda-Afsluitdijk.pdf>

Agenda Groen. (2013). Opgehaald van <http://www.noord-holland.nl/web/Actueel/Dossiers/Dossier/Nieuwe-Agenda-Groen.htm>

Gastvrijheidseconomie. (sd). Opgeroepen op maart 2015, van rijksoverheid: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/toerisme-en-recreatie/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/09/27/kamerbrief-voortgangsrapportage-gastvrijheidseconomie.html>

Green deals. (sd). Opgeroepen op maart 2015, van rijksoverheid: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/duurzame-economie/green-deal>

(sd). *Hollands Kroon als gebied*.

Landelijk beleid. (sd). Opgeroepen op maart 2015, van rijksoverheid: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/toerisme-en-recreatie/toerismebeleid-versterking-toeristische-sector>

Nieuwe wandelpaden. (sd). Opgehaald van <http://www.wandelnet.nl/wandelpaden-voor-den-helder-hollands-kroon-en-schagen>

(sd). *Programmabegroting HK 2015*.

Schengenakkoord. (sd). Opgeroepen op maart 2015, van http://www.europa-nu.nl/id/vh7dowjo3mzi/akkoord_van_schengen

Toeristenbelasting NH. (2013). Opgehaald van <http://www.cijfernieuws.nl/toeristentax/noord-holland/belasting-2013/>

(2013). *visie2025 Noord-Holland Noord*.

Waddenpoort Den Oever. (sd). Opgehaald van http://www.hollandskroon.nl/projecten/waddenpoort-den-oever_41593/

WBZ. (sd). *Toerisme en economie*.