

KANSEN CREËREN DOOR VERBINDEN

Visie Recreatie en Toerisme gemeente Castricum 2030



Gemeente Castricum - Raadhuisplein 1, Postbus 1301 1900 BH Castricum



14 0251

gemeentebestuur @castricum.nl

www.castricum.nl

facebook.com/gemeente.castricum

@Castricum_NL

Vastgesteld door het college van B&W op 1 december 2015

Inhoudsopgave

Hoofdstuk	blz.
1. Voorwoord	5
2. Samenvatting	7
3. Inleiding	9
3.1 Waarom een visie op recreatie en toerisme?	9
3.2 Voor wie een visie op recreatie en toerisme?	9
3.3 Waar staat de gemeente qua visie op dit moment	10
3.4 Totstandkoming van deze nota	11
3.5 Vervolgstappen	12
4 Schets van recreatie en toerisme	13
4.1 Kwaliteiten en identiteit	13
4.2 Autonome ontwikkeling en trends	17
5 Uitgangspunten bij verdere ontwikkeling	21
5.1 Ruimtelijk beleid en ruimtelijke schaal	21
5.2 Duurzaamheidsbeleid	22
5.3 Natuur en landschap	22
5.4 Financiële mogelijkheden gemeente	23
6 Waar willen we naar toe?	25
6.1 Profilering	25
6.2 Scenario's	26
6.3 Ambitieniveau	27
6.4 Wat is in 2030 bereikt?	29
6.5 Deelvisies	30
7 Hoe en met wie kunnen we doelen bereiken	33
7.1 Strategie	33
7.2 Rollen	38
7.3 Instrumentarium	39
Bijlagen:	
1. Afkortingen en begrippen	41
2. Verblijfsaccommodaties en overnachtingen Castricum	42
3. Initiatieven marketing en promotie	44
4. Uitwerking deelvisies	47
Deelvisie Strandgebied	47
Deelvisie Duingebied	50
Deelvisie Alkmaarder- en Uitgeestermeer	53
Deelvisie Stationsgebied	55
Deelvisie Landelijk gebied en Oer-IJ	58
Deelvisie Verblijfsaccommodatie	61
Deelvisie Dag- en waterrecreatie	64

1. Voorwoord

Recreatie en toerisme in de gemeente Castricum kan bogen op een lange historie, met als markant en landelijk bekend voorbeeld de inmiddels al meer dan 100-jarige maar nog steeds uiterst vitale camping Bakkum.

Inmiddels hebben wij veel meer te bieden. Wij geven hier enkele voorbeelden van de zaken die tot stand zijn gekomen dankzij de inzet van enthousiaste initiatiefnemers:

- Camping Geversduin
- de boerencampings
- het watersportcentrum Sports at Sea
- de jaarrond strandpaviljoens
- de bijzondere natuurgebieden van terreinbeheerders als Stichting De Hooge Weide en Landschap Noord-Holland
- de reeks boekjes over wandelen en fietsen door de Heerlijkheden
- bezoekerscentrum De Hoep
- het initiatief Green Beach
- het Strandvondstenmuseum
- de website beleefcastricum.nl
- het Huis van Hilde
- het initiatief Geopark Oer-IJ
- het wandelnetwerk Noord- en Midden Kennemerland

We zijn een gemeente die veel bijzonders heeft te bieden, zowel voor eigen bewoners als voor bezoekers.

De Structuurvisie Buitengewoon Castricum 2030 heeft recreatie en toerisme aangewezen als een belangrijke speerpunt van het gemeentelijk beleid. De visie die nu voor u ligt is bedoeld als een verdere uitwerking van de structuurvisie op dit belangrijke onderdeel.

De ontwikkeling van recreatie en toerisme in onze gemeente zien wij als een duurzaam investeringsproject dat alleen kans van slagen biedt als veel partijen daaraan meewerken en voor zichzelf een rol zien, en die rol ook nemen. Daarbij zien wij de rol van de gemeente als activerend, stimulerend en faciliterend. Wij hopen dat de ontwikkeling van recreatie en toerisme een goed voorbeeld zal blijken van een proces waarin gemeente, inwoners, ondernemers en het maatschappelijk middenveld samen werken aan 'waarderecreatie'.

Deze nota wil daarom de sfeer uitademen van: 'Samen een antwoord willen geven op de veranderende samenleving en samen op weg gaan naar een verbreding en verdieping van de bestaande recreatieve en toeristische activiteiten.' Graag gaan wij daarmee met alle betrokkenen, onze inwoners voorop, aan de slag.

Het College van B&W van de gemeente Castricum

2. Samenvatting

De Structuurvisie Buitengewoon Castricum 2030 heeft recreatie en toerisme aangewezen als een belangrijke speerpunt van het gemeentelijk beleid. De gemeente wil de sector recreatie en toerisme verder uitbouwen om breder draagvlak voor voorzieningen en werkgelegenheid te creëren.

In deze visie geven we aan waar we nu staan en wat wij in 2030 willen bereiken. En hoe we dat willen bereiken. We gaan daarbij in op zaken als:

- hoe zien wij de gemeente Castricum en haar inwoners (identiteit),
- voor welke recreanten en toeristen is ons aanbod interessant en
- hoe zorgen wij (gemeente en belanghebbenden) ervoor dat meer mensen de gemeente Castricum bezoeken?

Hoe zien wij de gemeente Castricum en haar inwoners

De gemeente Castricum is landelijk gelegen, maar toch dichtbij de grote steden. Voordeel is dat rust en vertier beide bij de hand zijn. Grootste publiekstrekker van de gemeente is het strand, waarbij bezoekers kunnen kiezen voor rust en reuring. Daarnaast biedt het Alkmaardermeer vermaak voor liefhebbers van zeil- en motorboten, surfers en zwemmers. Het duin, bos en weidegebied ligt tussen zee en meer en biedt ruimte aan fietsers en wandelaars. Het gebied kent een lange geschiedenis van landschapsvorming en bewoning. Deze geschiedenis is nog niet altijd zichtbaar. Het merendeel van de bewoners is aangetrokken door de goede verbinding met de randstad. Veel mensen wonen en recreëren in de gemeente, maar werken elders. De meeste inwoners zijn gehecht aan hun rust en goede voorzieningen.

Voor welke recreanten en toeristen is ons aanbod interessant

Wij kunnen het beste recreanten en toeristen bedienen met een profiel dat redelijk vergelijkbaar is met dat van onze inwoners. We beschikken immers over een aanbod dat aansluit bij de vraag van onze inwoners. Het gaat dan bijvoorbeeld om de voorkeur voor omgeving en behoefte aan voorzieningen als winkels, zwembad, fiets- en wandelpaden, maar ook de goede treinverbinding met de randstad.

Wij richten ons in eerste instantie op bezoekers in de leeftijdscategorie 50+, op gezinnen met (jonge) kinderen en op watersporters uit Nederland. Als vervolgstap willen we ons aanbod uitbreiden en ons bij campagnes richten op een grotere, bredere groep bezoekers. We willen dan ook nadrukkelijker buitenlandse toeristen aantrekken.

Wij kiezen voor de sportieve recreant en profileren ons als fiets- en wandelgemeente met een bijzondere cultuurhistorie.

Ambitieniveau

We streven naar een ambitieniveau met een actievere inzet vanuit de gemeente dan nu. Wij willen meer als aanjager fungeren en vliegwielen in beweging zetten. We willen dat doen met als kader het bestaande budget plus eventuele extra opbrengsten uit de toeristenbelasting, en met het huidige niveau van ambtelijke inzet. Wij gaan pro-actief de uit deze Visie voorkomende programma's en projecten invullen, in participatie met inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties. Jaarlijks wordt een breed overleg georganiseerd, bijvoorbeeld in de vorm van een congres of seminar, met als hoofddoel alle ontwikkelingen parallel en zonder verspilling te laten plaatsvinden. Of extra budget nodig is zal moeten blijken uit de uitgewerkte, jaarlijks op te stellen jaarprogramma's. Dat extra budget zal dan door andere partijen dan de gemeente moeten worden opgebracht.

Hoe zorgen wij ervoor mensen de gemeente vaker bezoeken en hier langer verblijven?

Wij richten ons op de volgende zaken om bezoekers te verlokken de gemeente Castricum vaker te bezoeken en hier langer te verblijven.

- a. Verbinden
Wij stimuleren initiatieven en verbinden deze met elkaar om te komen tot een onderscheidend en samenhangend toeristisch-recreatief aanbod, dat consistent is met de kwaliteit van de omgeving. Ook het verbinden van de toeristisch-recreatieve sector met andere sectoren zoals sport en cultuur hoort daarbij. Het gaat dan bijvoorbeeld om initiatieven op het gebied van verblijfsaccommodatie, attracties en evenementen. Bij de toeristische 'entree-hubs' van de gemeente (onder andere spoor en verblijfsaccommodaties) moedigen we bezoekers aan om andere plaatsen en activiteiten in de gemeente te bezoeken.
- b. Stimuleren bezoek in voor- en naseizoen
Onze inspanningen zijn gericht op spreiding van de bezoekers over het jaar. In het hoogseizoen (juli en augustus) zijn onze accommodaties en voorzieningen al optimaal benut.
- c. Versterken kwaliteiten gebied
We houden landschap, natuur en erfgoed in stand en ontwikkelen deze met al onze partners. Natuur, landschap en cultuurhistorie zijn de X-factor van Castricum. We verbeteren de beleving van het gebied door mooie plekken bereikbaar en historische (landschaps-) elementen meer zichtbaar te maken.
- d. Promotie van gemeente en gebied (intern en extern)
Ondernemers zijn verantwoordelijk voor de promotie van hun eigen bedrijf. Wij willen onze inspanning richten op promotie van de gemeente als geheel en bijdragen aan de promotie van het gebied Noord-Holland Noord. Dit laatste in nauwe afstemming met de regionale partijen.
Bij de promotie van de gemeente richten wij ons op:
 - de fiets- en wandelmogelijkheden in de gemeente,
 - de doelgroep 50+, gezinnen met (jonge) kinderen en watersporters,
 - de verbinding tussen mooie plekken en bezienswaardigheden.Met de inwoners uit Amsterdam hebben wij van oudsher een nauwe band. Wij willen deze band aanhalen en onze promotionele inspanningen ook richten op Amsterdam.

Deze visie bevat zeven uitgewerkte deelvisies op het strandgebied, het duingebied, het Alkmaarder- en Uitgeestermeer, het stationsgebied, het landelijk gebied en Oer-IJ, de verblijfsaccommodatie en de dag- en waterrecreatie. Bij de uitvoering zoeken wij de samenwerking met alle partijen, die actief zijn in de recreatieve en toeristische sector. Deze samenwerking is noodzakelijk om te komen tot een goed resultaat. De rol van de gemeente is daarbij met name initiëren, verbinden en faciliteren.

3. Inleiding

3.1 Waarom een Visie op Recreatie en Toerisme?

De Structuurvisie Buitengewoon Castricum 2030, die de gemeenteraad vaststelde op 4 december 2014, benoemt recreatie en toerisme¹ als een van de drie speerpunten² van het gemeentelijk beleid en het bevorderen van recreatie en toerisme als belangrijke pijler van de lokale economie. Ook stelt de structuurvisie: "Naast onze inwoners zorgen ook bezoekers voor draagvlak voor onze voorzieningen. Om het draagvlak te versterken willen wij meer bezoekers aantrekken." Dit verdient enige toelichting.

De gedachte hierachter is dat door hogere inkomsten te genereren uit een additionele inkomstenbron voor de gemeente, voorzieningen zoals zwembad of bibliotheek, maar ook onderhoud van wegen en groen, beter in stand kunnen worden gehouden. Ook kan het bevorderen van recreatie en toerisme bijdragen aan behoud of zelfs uitbreiding van de lokale werkgelegenheid. En door meer gasten te ontvangen in onze gemeente kunnen niet alleen de omzet en het rendement stijgen van ondernemingen met een direct betrokkenheid bij recreatie en toerisme, maar profiteren indirect ook andere ondernemers. En daarnaast moet de bevordering van recreatie en toerisme er toe leiden dat de belevingswaarde van de gemeente Castricum er nog groter op wordt.

Hoofddoel van de visie is het bieden van een inhoudelijke en beleidsmatige basis voor de verdere ontwikkeling van toerisme en recreatie binnen de gemeente Castricum voor de periode 2016-2030. Dit beleid vormt ons toetsingskader bij nieuwe initiatieven en geeft richting aan onze eigen activiteiten en aan de recreatieve en toeristische sector.

Met de visie willen we als gemeente meer duidelijkheid verschaffen aan de vele betrokkenen over de kwaliteitsambitie voor dit gebied en welke ontwikkelingen en initiatieven wij willen stimuleren. In de eerste plaats voor degenen die hier wonen en werken, maar ook voor diegenen die hier plannen willen ontwikkelen en uitvoeren en daar tijd, energie en geld in willen investeren. De visie is dan ook bedoeld als een agenda voor de toekomst.

Er is in allerlei documenten veel geschreven en in allerlei overlegstructuren veel gezegd over ontwikkeling van recreatie en toerisme vaak met een sectorale of thematische inslag. Dit vraagt om het maken van een integratieslag. Deze visie dient als samenvatting, integratie en overkoepeling van bestaande, meer sectorale plannen en zo nodig ook ter aanvulling.

Deze visie heeft, net als de Structuurvisie Buitengewoon Castricum, een tijdhorizon die loopt tot en met 2030 en beslaat daarmee een periode van zo'n vijftien jaar.

3.2 Voor wie een Visie op Recreatie en Toerisme?

Deze visie op recreatie en toerisme is in de eerste plaats bedoeld voor onze inwoners. Wij willen dat de ontwikkeling van recreatie en toerisme er toe leidt dat zij een nog grotere belevingswaarde ontleen aan het wonen en recreëren in onze gemeente. En uiteindelijk is

¹ Zie bijlage 1 voor een omschrijving van de begrippen

² De andere speerpunten in de Structuurvisie zijn:

- behoud van een open en gevarieerd landschap met erfgoed en
- een stabiel inwonertal met voorzieningen op maat.

het vooral de denk- en doekracht van de inwoners, die initiatieven laat ontstaan en die de slagingskans van initiatieven bepaalt.

De visie is beslist ook bedoeld voor ondernemers, binnen onze gemeente en daarbuiten. Zowel de ondernemers op het vlak van recreatie en toerisme, maar ook de ondernemers die daar raakvlakken mee hebben. Zij hebben behoefte aan zoveel mogelijk duidelijkheid van de lokale overheid: aan welke initiatieven is behoefte, en waaraan is juist geen behoefte, en welke rol speelt de gemeente daarbij? En op welke inzet van ondernemers rekent de gemeente? Met deze visie hopen wij die duidelijkheid zo goed mogelijk te bieden.

In onze gemeente zijn veel maatschappelijke organisaties actief, met een kritische en constructieve betrokkenheid bij allerlei mogelijke ontwikkelingen, waaronder op het gebied van recreatie en toerisme. Ook aan hen willen we zoveel mogelijk duidelijkheid verschaffen. en natuurlijk ook: betrekken bij vervolgotrajecten.

Ook is deze visie opgesteld voor een reeks van overige organisaties die, elk van een eigen invalshoek, een nadrukkelijke rol spelen bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme in onze gemeente, zoals het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, de Destinatie Marketing Organisatie DMO, PWN, het Platform Recreatie en Toerisme, het RAUM, Recreatie Noord-Holland, de Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum (SPHC), CaanZee, onze buurgemeenten en andere gemeenten in onze regio en de provincie Noord-Holland.

En tenslotte zijn het natuurlijk de recreanten en toeristen, die de vruchten kunnen plukken van de inspanningen van alle betrokkenen bij recreatie en toerisme.

3.3 Waar staat de gemeente qua visie op dit moment?

Om aan te geven waar de gemeente 'vandaan komt' en waar we nu staan geven we hieronder eerst een korte voorgeschiedenis weer.

In samenwerking met ondernemers en andere belanghebbenden is in 2008 de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum (KEC) 2008-2012 opgesteld. In de Kwaliteitsimpuls is gekozen voor het stimuleren van vier pijlers van de lokale economie, te weten voorzieningen, bedrijfshuisvesting, werkgelegenheid en recreatie en toerisme. We citeren een recent rapport van SPHC³:

"In 2009 is het Toeristisch Platform Castricum (TPC), gevormd door ondernemers uit de toeristische en recreatieve sector, gestart met de praktische ontwikkeling en uitvoering van benoemde speerpunten: een centrale website www.beleefcastricum.nl en ontwikkeling van een toeristische plattegrond. (...) Parallel aan dit traject zijn andere initiatieven opgepakt door o.a. de VVV en Gemeente Castricum. Belangrijk onderdeel vormde de door de gemeente verstrekte opdracht tot het ontwikkelen van een citymarketingstrategie met de nadruk op de pijler recreatie en Toerisme. Tweede onderdeel van de opdracht bestond uit de ontwikkeling en promotie van een streekproduct om toeristisch / recreatieve identiteit te versterken. (...) In 2012 en 2013 zijn de diverse ondernemingsverenigingen in Castricum fusie en samenwerkingsvormen aangegaan waarbij nadrukkelijk is gezocht naar gezamenlijke belangen en synergie. TPC werd omgevormd tot SPHC ter promotie van de Heerlijkheid en vertegenwoordiging van toeristische en recreatieve belangen als speerpunt van de KEC 1.0 en KEC 2.0 nota's. "

In 2013 is ervoor gekozen om de beperkte gemeentelijke menskracht en middelen in te zetten op de laatste pijler, recreatie en toerisme. Deze keuze is verwoord in de KEC-nota 'Focus op Toerisme 2013-2016' (april 2013) en zijn, onder andere door SPHC, nieuwe initiatieven opgepakt. Ook heeft de gemeente afspraken gemaakt met SPHC over de aanwending van toekomstige middelen. Daarbij gaat het met name om de extra inkomsten

³ Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum SPHC (2015) Marketing en promotiestrategie 2016-2020

als gevolg van een besluit van de Gemeenteraad, die heeft uitgesproken dat inkomsten uit de toeristenbelasting boven de € 716.500 per jaar kunnen worden gebruikt voor integrale plannen en initiatieven die verblijfstoerisme en recreatie binnen de gemeente bevorderen.

Zoals hiervoor is aangegeven stelde de gemeenteraad eind 2014 de Structuurvisie Buitengewoon Castricum 2030 vast.

De structuurvisie geeft de volgende visie op recreatie en toerisme:

"Naast onze inwoners zorgen ook bezoekers voor draagvlak voor onze voorzieningen. Om het draagvlak te versterken willen wij meer bezoekers aantrekken. Wij concentreren ons daarbij met name op de ontwikkeling van de toeristische plaatsen; het strand, het duingebied, het Alkmaardermeer en het stationsgebied.

Bij alle ontwikkelingen is ons uitgangspunt:

- behoud van cultuurhistorische waarden en natuurlijke omgeving en inrichting;
- aansluiten bij de identiteit van de gemeente c.q. dorpskernen, waaronder gebruik van de Heerlykhyd en de leefstijlatlas;
- bijdragen aan het verlengen van het toeristische seizoen.

Om bezoekers langer aan onze gemeente te binden is verblijfsaccommodatie noodzakelijk. Wij hebben een groot aantal kampeerplaatsen beschikbaar, maar het aantal hotelbedden en recreatiewoningen is nog beperkt. Bovendien zal de behoefte van recreanten naar deze laatste twee vormen van verblijfsaccommodatie in de toekomst nog groeien."

Als hoofddoel geeft de structuurvisie aan:

"We willen uitgroeien tot een bloeiende toeristische gemeente, die in en buiten het hoogseizoen een aantrekkelijk aanbod heeft voor bezoekers. Onze bestaande kwaliteiten, waaronder de cultuurhistorische en natuurlijke waarden, zijn beter zichtbaar en daarmee is de belevingswaarde vergroot. Alle ontwikkelingen sluiten aan bij de identiteit van ons gebied en onze inwoners."

Dit hoofddoel is verder uitgewerkt in doelen voor verschillende deelgebieden.

In deze visie maken wij een verdiepingsslag, voortbouwend op wat de structuurvisie al heeft aangegeven.

3.4 Totstandkoming van deze nota

Het werken aan ambities voor recreatie en toerisme is spannend, maar ook gecompliceerd. Er zijn verschillende partijen met deels parallel lopende en overlappende belangen, maar deels ook met verschillende of zelfs strijdige belangen, meningen en standpunten. Bovendien zijn sommige beleidskeuzen al gemaakt en vastgelegd in besluiten, terwijl andere keuzen nog open staan. Daardoor is het de uitdaging om belangentegenstellingen tijdig te onderkennen en zo mogelijk te overbruggen, win-win situaties op te zoeken en bij onoverbrugbare belangentegenstellingen keuzen voor te leggen aan het bestuur.

Daarom hebben we voorafgaand aan het samenstellen van deze lokale toeristische visie in de periode van november 2014 - januari 2015 gesprekken gevoerd met het 'toeristisch werkveld'.

Vervolgens zijn van de visie op recreatie en toerisme verschillende opeenvolgende werkversies opgesteld, die zijn voorgelegd aan een reeks van betrokkenen. Dit resulteerde in een uitgebreid aantal, vooral schriftelijke, commentaren in de (na)zomer van 2015, met veel suggesties voor het visiedocument.

Van de commentaren en suggesties is dankbaar gebruik gemaakt bij het opstellen van dit document, onder meer aan de hand van citaten.

Voor de visieontwikkeling is ook geput uit documenten met visies van onder andere de Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum, CaanZee, Stichting Oer-IJ en de Stichting tot behoud van natuurlijke en cultuurhistorische waarden in de Alkmaardermeeromgeving (de bundel 'Gekende Landschappen').

3.5 Vervolgstappen

Tegelijk met uit het uitbrengen van deze visie zal het College van B&W een programma (Initiatief-agenda) opstellen ter uitvoering van projecten. Dat zal bestaan uit een deelplan voor de korte termijn d.w.z. 2016, en uit een (gefaseerd) deelplan voor de periode tot en met 2030.

Bij de uitvoering zoeken wij de samenwerking met alle partijen, die actief zijn in de recreatieve en toeristische sector. Deze samenwerking is noodzakelijk om te komen tot een goed resultaat.

Over een preciezere programmering, inclusief financieringsafspraken, zal daarom overleg plaatsvinden met een nieuw op te zetten platform, de 'Toeristische initiatiefgroep' als opvolger van het Platform Recreatie en Toerisme⁴.

⁴ Zie ook paragraaf 7.2 van deze visie

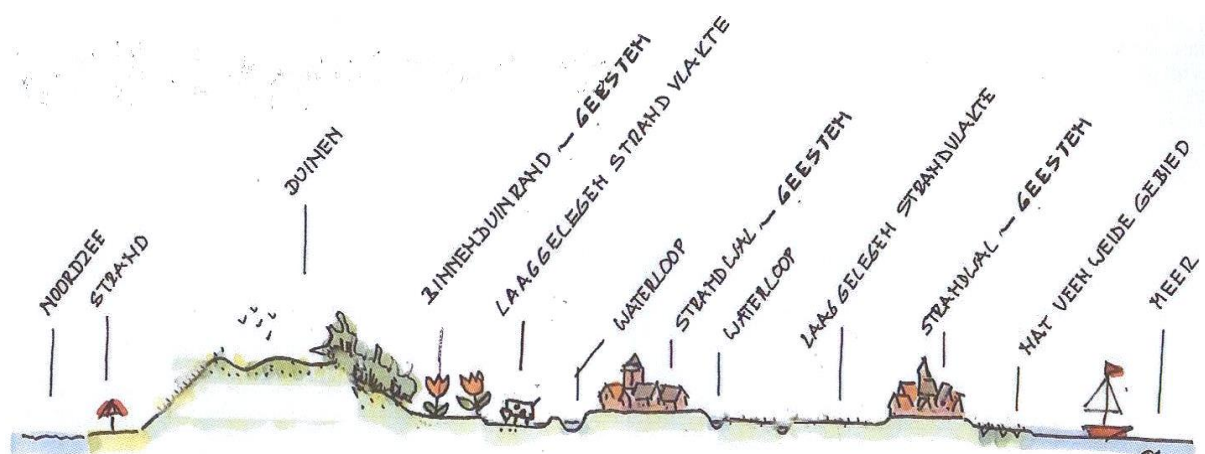
4. Schets van recreatie en toerisme

4.1 Kwaliteiten en identiteit

Kwaliteiten van het gebied

Onze gemeente is een aantrekkelijke plek om te recreëren met zijn groene en gevarieerde omgeving van zee, strand, duinen en bos aan de westkant, tot het veenweidelandschap en Alkmaardermeer aan de oostkant. Het gebied heeft een rijke geschiedenis, hiervan is het buitengebied met zijn Oer-IJ achtergrond een voorbeeld. De dorpskernen hebben karakteristieke elementen.

Een bijzondere waarde van de gemeente Castricum is dat de complete geleidelijke ruimtelijke overgang van zee tot veenweidegebied nog (gedeeltelijk intact) aanwezig is⁵. Van west naar oost bestaat deze gradiënt uit: weidse Noordzee, strand en duinen, binnenduintrand, strandvlaktes en binnendelta Oer-IJ, strandwallen en veenweidegebieden, Alkmaardermeer. Er zijn doorzichten zowel vanaf de strandwallen naar de polders als omgekeerd. Het contrast tussen de strandvlakte en de strandwallen en de overgang daartussen wordt zo goed herkenbaar.



Figuur: Dwarsdoorsnede Noordzee-Alkmaardermeer⁶

Afgezien van de grote en in haar soort unieke landschappelijke variatie neemt de gemeente Castricum binnen Noord-Holland een bijzondere positie in door de vele waarden op het gebied van archeologie, aardkunde en overige cultuurhistorie. Zoals de stichting Oer-IJ stelt: "Je kunt in de regio Castricum de geschiedenis van Holland zichtbaar maken".⁷

Het toeristisch aanbod van de gemeente Castricum is dan ook meer dan zee, strand, duingebied en het Alkmaardermeer. We hebben aantrekkelijke natuur en bijzondere landschappen, een cultureel aanbod, centrumvoorzieningen, de Tuin van Kapitein Rommel, het Huis van Hilde, de horeca en nog veel meer. Samen zijn dit de bouwstenen voor het positioneren van de gemeente als toeristisch interessante plaats en om de sector recreatie

⁵ Bron: Gemeente Castricum (2010) Beeldkwaliteitsplan Buitengebied gemeente Castricum

⁶ Bron: idem

⁷ Zoals aangegeven door de stichting Oer-IJ, schrijven van 30-08-2015

en toerisme verder uit te bouwen. En voeg daarbij de potentie van de verschillende tot dusverre nog niet of nauwelijks gebruikte niches zoals archeologie, aardkunde en overige cultuurhistorie.

Door het toeristisch aanbod te vergroten en versterken creëren we meer economisch draagvlak voor voorzieningen voor onze inwoners: bibliotheek, detailhandel, horeca, bioscoop, zwembad en overige voorzieningen. Deze voorzieningen dragen in belangrijke mate bij aan een prettige woon- en leefomgeving voor onze inwoners.

Leefstijlen

In de afgelopen jaren zijn door de provincie Noord-Holland onderzoeken uitgevoerd naar de identiteit van de gemeente Castricum. Deze onderzoeken waren in eerste instantie bedoeld om vanuit de identiteit de eigenheid van de dorpen te versterken. Dit biedt een goede basis voor het ontwikkelen van een gevarieerd en aantrekkelijk aanbod voor recreanten en toeristen.

Uit een leefstijlonderzoek⁸ blijkt dat onze inwoners met name te kenmerken zijn als bedachtzaam en geïnteresseerd in kunst en cultuur, dat zij kiezen voor inspirerende en rustige activiteiten en wat willen betekenen voor de maatschappij. Ze beschrijven zichzelf als rustig, geïnteresseerd in anderen en serieus. In deze groep vinden we relatief veel 'empty nesters' (ouders waarvan de kinderen het ouderlijk huis hebben verlaten). Zij houden van sportieve activiteiten, zoals wandelen, fietsen en nordic walking.

Identiteit als kustplaats

De provincie Noord-Holland heeft voor alle kustplaatsen een onderzoek uitgevoerd naar de identiteit⁹. Doel van het onderzoek is dat de kustplaatsen zich op basis van hun identiteit onderscheiden van de andere kustplaatsen, zodat voor bezoekers een interessant en gevarieerd aanbod langs de kust van Noord-Holland ontstaat. De identiteit van een kustplaats moet zich vertalen in evenementen, (sport)activiteiten en het aanbod detailhandel, maar bijvoorbeeld ook in het ruimtelijke beeld dat een gemeente biedt aan bebouwing, wegen en groenstructuur. Voor het kustgebied van Castricum is een profiel ontwikkeld voor de woonkernen Castricum/Bakkum en voor Castricum aan Zee.¹⁰

De woonkernen Castricum/Bakkum hebben zich de afgelopen decennia ontwikkeld tot forensendorpen. De bewoners zijn daar komen wonen om de stadse drukte te ontvluchten en de rust, het strand en de natuur op te zoeken. Aan de andere kant staat Castricum aan Zee, waar de oudste en grootste camping van Nederland is gevestigd, Camping Bakkum. Mensen uit Amsterdam, de Zaanstreek en omstreken komen daar jaarlijks naartoe voor de mooie natuur, gezelligheid en vermaak. Beide gebieden zijn de afgelopen eeuw naast elkaar gegroeid: een forensendorp en een toeristische trekpleister naast elkaar. Het mengen van deze twee verschillende identiteiten tot één profiel bleek niet mogelijk. De invulling van het communicatieconcept 'Heerlykhyd' dient hiermee rekening mee te houden.

De kernen Bakkum en Castricum onderscheiden zich vooral door het culinaire aanbod en de cultuurhistorische waarde. De kernen bieden een goede uitvalsbasis voor een dagje wandelen, een culinaire fietstocht of een diner in een van de goede restaurants. De gemeente Castricum en omgeving hebben veel geschiedenis en cultureel erfgoed.

⁸ Provincie Noord-Holland (2014) Leefstijlatlas

⁹ Provincie Noord-Holland (2014) DNA Kustidentiteit

¹⁰ De identiteit van Akersloot, Limmen en De Woude maakte geen deel uit van het onderzoek.

Het duingebied Castricum aan Zee onderscheidt zich vanwege de mooie natuur en het bekende gezellige karakter van de campings en de horeca in de duinen en op het strand. Bezoekers zijn hier op zoek naar de ouderwetse gezelligheid, die de bezoeker vaak zelf creëert op de camping.

De SPHC formuleert de aantrekkelijkheid van de gemeente Castricum kort en bondig als volgt:

"Naar Castricum gaan betekent er helemaal uit zijn. De frisse en schone lucht, de prachtigste stranden, mooie dorpjes (geen Vinexwijken) met ieder hun eigen karakter. Kwaliteit van leven. Castricum is rustig en gastvrij, beschikt over goede voorzieningen. Actief en gezond."

Onze recreanten en toeristen

Een duidelijk op onderzoek gebaseerd profiel van onze recreanten en toeristen hebben we niet. De Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum, SPHC, geeft enkele gegevens op basis van een onderzoek van het Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme (NRIT) uit 2009, dat enkele specifieke badplaatsen onderzocht (maar niet de gemeente Castricum). Bijvoorbeeld cijfers waarom mensen de badplaatsen bezoeken. In alle leeftijdscategorieën (uitgezonderd jongeren tot 21 jaar) staat de categorie 'natuur en ontspanning' bovenaan, gevolgd door 'strandbezoek' - de favoriet bij de jongeren - resp. 'plezier'.¹¹

Enkele cijfers

In de volgende tabel geven we een paar kerncijfers over recreatie en toerisme in de gemeente Castricum.¹²

Tabel: Enkele kerncijfers recreatie en toerisme gemeente Castricum

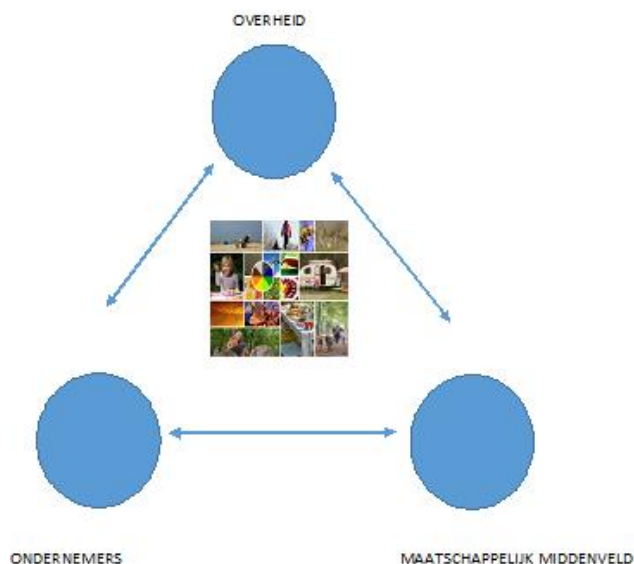
Overnachtingen (2011-2013)	561.000
Capaciteit hotelkamers/recreatiewoningen/kampeerplaatsen	3.368
Totale besteding bij geschatte € 60,- besteding per dag	€ 33,7 mln
Aantal bezoekers van De Hoep (per jaar)	110.000
Verkochte duinkaarten (per jaar)	37.455
Aantal bezoekers van Huis van Hilde (2015: verwachting)	50.000

Speelveld van recreatie en toerisme

Wij hebben voor de gemeente Castricum te maken met veel spelers of 'actoren' op het gebied van recreatie en toerisme. Globaal kunnen we die onderverdelen zoals in de figuur hierna.

¹¹ Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat de gemiddelde dagbesteding van dagbezoekers ca. € 27- € 35 was; verblijfsbezoekers besteden ongeveer het dubbele.

¹² Bijlage 2 geeft een gedetailleerd overzicht verblijfsaccommodaties en overnachtingen in de gemeente Castricum.



Als we inzoomen op deze 'Trias Toeristica' zien we het volgende beeld van direct of indirect betrokkenen (in willekeurige volgorde van belang):

Overheid / semi-overheid

- Gemeente Castricum
- buurgemeenten en regio Alkmaar
- Ontwikkelingsbedrijf NH-Noord
- Recreatie Noord-Holland b.v.
- Amsterdam Marketing
- DMO
- Provincie Noord-Holland
- PWN

Bedrijfsleven (individuele bedrijven en hun organisaties)

- Horeca
- Agrariërs / LTO en boerencampings
- Kennemer Duincampings
- Ondernemers Verenigingen van Castricum en Limmen (OVC resp. LOV), waaronder bijv. horeca-ondernemingen
- CaanZee
- Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum, SPHC
- enz.

Inwoners / maatschappelijk middenveld

- individuele inwoners
- cultuurhistorische verenigingen / stichtingen
- terreinbeherende organisaties (zoals Landschap Noord-Holland, Stichting De Hooge Weide, Staatsbosbeheer)
- natuur- en landschapsorganisaties (zoals Stichting 'Alkmaardermeeromgeving', Vogelwerkgroep Midden Kennemerland, Stichting Duinbehoud)
- Stichting Oer-IJ

Dit actorenoverzicht is zeker niet compleet. Alle actoren spelen in meer of mindere mate een rol bij de ontwikkeling van recreatie en toerisme in onze gemeente, of kunnen die gaan spelen.

Veel activiteiten zijn gericht op marketing en promotie. Bijlage 3 geeft een overzicht van een reeks initiatieven, gericht op marketing en promotie.

Conclusie: duidelijk is dat in dit veld, met zijn grote organisatiedichtheid, een stevige regie nodig is om het ontwikkelingsproces van recreatie en toerisme te kunnen sturen en snelheid te geven.

4.2 Autonome ontwikkeling en trends

Autonome ontwikkeling

De groei van recreatie en toerisme in ons gebied - maar ook de eventuele keerzijden daarvan - is geen nieuw fenomeen. Het volgende citaat geeft dat weer:

"De VGW¹³ stelt vast dat er in de gemeente nu al sprake is van een toenemend toerisme terwijl eveneens het recreatieve gebruik van de buitenruimte al jaren toeneemt. Indicatoren hiervoor zijn onder andere de toegenomen bezoekersaantallen van het duingebied en het succes van de daar gevestigde horecavoorzieningen. Ook de uitbreiding van het horeca- aanbod op het strand (aantal paviljoens, verlengde openstelling) geeft duidelijk aan dat er sprake is van een autonome groei van recreatie en toerisme."

De Vogelwerkgroep Midden-Kennemerland geeft hierbij overigens meteen ook aan:

"Die autonome groei heeft niet alleen positieve kanten (omzet in horeca) maar vormt ook een bedreiging voor de natuurwaarden waarop ze overigens is gebaseerd. Met ca. 1000 bezoekers per hectare per jaar is het Castricumse duingebied het natuurgebied met zo ongeveer de hoogste recreatiedruk in Nederland. Dit is niet alleen een versturende belasting voor sommige organismen maar is ook de oorzaak van toegenomen onverdraagzaamheid en conflicten tussen verschillende gebruikers van het duin (wandelaars / mountainbikers / fietsers/ruiters)."

Trends

Toerisme is wellicht 'hot' voor Castricum als gemeente, maar dat geldt ook voor gemeenten in Zeeuws-Vlaanderen, Griekenland en Gambia. Wij zijn met ons aanbod dus niet 'alleen op de wereld'. Wereldwijd lijkt sprake van een toename van toerisme. Daarbij verandert onze samenleving in snel tempo. Wat is de aanjager voor het wereldwijde toerisme en wat betekent dat voor ons?

Waar komt de toename vandaan?

Economische ontwikkeling (waaronder de globalisering van de economie), de toename van vrije tijd en vaak ook van budget heeft mobiliteit als gevolg. Mobiliteit heeft sterke invloed op de ontwikkeling van het toerisme. Nieuwe groepen toeristen zijn dus degenen die het inkomen hebben om mobiel te worden. Door de ontwikkeling van voorheen minder rijke landen en continenten blijft het toerisme groeien. Ook internet heeft grote invloed. Niet alleen doordat informatie over bestemmingen makkelijk te ontsluiten is, ook omdat internet zorgt dat grenzen en afstanden vervagen en beter zijn te overbruggen.

Wat verandert er?

Er is een verschuiving merkbaar van massatoerisme naar een meer individuelere beleving van reizen en vrije tijd. Het massatoerisme dat grote touroperators aanbieden, is vooral gericht op avontuur zoekende maar risicomijdende consumenten en moet altijd herkenbare elementen van thuis bevatten. De individualisering van toerisme begint op gang te komen. Deze ontwikkeling heeft vooral voor gebieden die zijn ingericht op het massatoerisme negatieve consequenties. Het lijkt er wel op dat massatoerisme in veel landen nog altijd een groeipotentie heeft, en dat deze vorm nog lange tijd blijft bestaan, naast een individuele benadering van toerisme. De route naar individuele beleving is een langzaam proces. Waarbij we ons moeten realiseren dat Castricum aan Zee een toch meer grootschalig karakter heeft.

¹³ Vogelwerkgroep Midden-Kennemerland (VGW) d.d. 29-08-2015

Conclusie: Over achterblijvende groei van de aantallen toeristen hoeven we ons geen grote zorgen te maken. Die toename blijft. Wel verandert het toerisme qua beleving van massa naar individueel. Een individuele benadering van het toerisme biedt ons als gemeente meer kansen dan een aanpak gericht op de massa. Waarbij recreatie aan zee en strand van nature een meer grootschalig karakter heeft. De balans nastreven tussen enerzijds aanbod gericht op kleinschaligheid en individualiteit en anderzijds een grootschaliger aanbod is in deze visie een leidraad. Met oog voor de versturende effecten die zouden kunnen optreden.

Bovenstaande trends zeggen nog weinig over hoe onze vooralsnog belangrijkste groep bezoekers, de Nederlanders, hun vrije tijd willen doorbrengen. We schetsen in de navolgende tabel daarom de belangrijkste trends op het gebied van hun vrijetijdsgedrag¹⁴.

Tabel Trends van vrijetijdsgedrag van met name Nederlanders

Type	Beschrijving
Fietsen en wandelen	<ul style="list-style-type: none"> - Vergrijzing zorgt ervoor dat het gemiddeld aantal fietsritten per inwoner in de komende 20 jaar naar verwachting zal dalen met 3%, maar deze daling wordt gecompenseerd door een lichte groei van het aantal inwoners. - Vergrijzing zorgt voor meer vraag naar recreatief fietsen in de toekomst. - Vraag naar e-bikes (nu 20% van de verkopen) zal daardoor toenemen en daarmee waarschijnlijk de fietsafstanden. - Het wandelen en het gebruik van de fiets en e-bike past in de trends van milieubewustzijn, gezondheid, vitale levensstijl en rust en beleving. - Belangstelling voor fietsen als vrijetijdsactiviteit neemt toe onder Duitsers en Belgen. - Door vergrijzing gaan meer mensen wandelen, maar waarschijnlijk dichter bij huis en een voorkeur voor gelijkmatiger paden. - Mensen willen vaker de natuur in, willen meer weten over de natuur en wandelen niet als prestatie maar ter ontspanning. - Pelgrimstochten en extreme survivaltochten zijn populair, evenals wandeltochten met een thema 'wildlife hike '(naar wild speuren), 'barefoot' (wandeltocht op blote voeten), 'micro adventure' (kleine wandeling).
Demografische Ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - Vergrijzing (meer ouderen) - Ouder worden maar jonger voelen - Behoeftte aan meer comfort en gemak
Economische Ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - Meer markt(be)werking - Meer in minder tijd - Op zoek naar tijdbesparende producten en diensten - 'Vrijetijd' steeds belangrijker - Behoeftte aan meer variëteit in recreatie- en vrijetijdsmogelijkheden - Op andere momenten tijd voor 'vrijetijd' door flexibel en minder werken - Meer focus van gemeenten op recreatie en toerisme vanwege de bijdrage aan de lokale economie
Sociaal-culturele Ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - Meer hang naar authenticiteit en nostalgie (zie ook beleveniseconomie) - Ervaringen als leidraad (beleven!) - Voortdurende aandacht voor duurzaamheid (cradle to cradle), gezondheid en zingeving - Graag aanbod 'op maat' en op ieder moment beschikbaar - 'Zap'-gedrag in ieder denkbaar opzicht - Individualisering/Participatie/zelfredzaamheid
Technologische Ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - Internet/smartphone steeds groter bereik - Nieuwe techniek gericht op besparen van tijd en bevorderen gemak - Behoeftte aan betrouwbare informatie (veelal via vrienden en kennissen) -
Beleveniseconomie	<ul style="list-style-type: none"> - In een wereld van onzekerheid en overvloed zijn mensen op zoek naar affectie, saamhorigheid, zingeving, imago, overtuiging, verzorging, gezondheid en avontuur. Mensen willen ervaringen met elkaar opdoen en

¹⁴ Eigen onderzoek / deskresearch gemeente Castricum.

	<p>delen. Het verhaal van een reis of uitje is bijna belangrijker dan de reis of het uitje zelf. Deze behoefte aan beleving betekent een verandering in de traditionele marketing. Niet product, prijs, promotie en/of plaats staan centraal, maar de communicatie over de unieke beleving. Daarbij gaat het niet zozeer over het definiëren van bepaalde doelgroepen, maar over groepen mensen die zich aangetrokken voelen tot een bepaalde beleving of gedachtengoed.</p>
Recreatie-toeristische Ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> - De verstedelijking vergroot de behoefte aan rust- en natuurbeleving - Er is meer vraag naar kwaliteit, luxe, maar ook aan eenvoud (back to basic) - De bezoeker stelt hogere kwaliteitseisen aan recreatiewoningen. Hierdoor neemt de vraag naar luxe en comfortabele recreatiewoningen met alle bijbehorende voorzieningen toe - Mensen willen vaker korter op vakantie, hebben minder vrije tijd en minder hoge verwachtingen - Er is behoefte aan een bewust tragere levensstijl (stiltewandelingen) - Behoefte aan diversificatie van het recreatie-aanbod wordt groter - In de sector verblijfsrecreatie is sprake van seizoensverbreding en branchevervaging - Consument zoekt en boekt via Internet - Consument beslist op het laatste moment - De concurrentie neemt toe (voor € 50 naar Barcelona).
Verblijfsaccommodatie	<ul style="list-style-type: none"> - In Noord-Holland (incl. Amsterdam) verblijft 93% van de buitenlandse bezoekers in een hotel. - Het aantal kampeerterreinen en -plaatsen in Nederland (inclusief Noordzeepadplaatsen) neemt af, het kamperen bij de boer lijkt echter onverminderd populair door de eenvoud en betaalbaarheid. - Het aantal buitenlandse overnachtingen op Nederlandse campings nam toe (bijna driekwart daarvan betrof overnachtingen van Duitse gasten) - Glamping blijft de trend; luxer dan luxe op de camping - Bij kampeersers behoefte aan ruime plaatsen, een natuurlijke uitstraling, afwisseling, keuzemogelijkheden en kwaliteit. - Bungalows/tweede woning; bungalowparken worden gemiddeld groter; tussen 2008-2012 is het aantal parken in Noordzeepadplaatsen met 28 gegroeid; het parkhopen groeit; het verblijf van buitenlanders in een bungalowpark groeit. - Watersportindustrie; totaal aantal pleziervaartuigen blijft gelijk, de bezetting in jachthavens staat onder druk, wachtlijsten zijn verdwenen en aanbod van nieuwe ligplaatsen is afgelopen jaren toegenomen.

De hier geschetste ontwikkelingen zijn van invloed op de marktvraag van recreanten en toeristen. Items die onze gemeente betreffen zijn bijvoorbeeld:

- diversificatie in recreatie- en vrijetijds mogelijkheden
- meer in minder tijd
- aanbod 'op maat' en op ieder moment beschikbaar
- communicatie over de unieke beleving
- hogere kwaliteitseisen aan recreatiewoningen
- seizoensverbreding
- zoeken en boeken via het Internet
- buitenlandse bezoekers meestal in een hotel
- kamperen bij de boer.

Het is van belang dat alle betrokkenen in de sector recreatie en toerisme inspelen op deze trends. De trend 'meer in minder tijd' bijvoorbeeld is te vertalen in korte arrangementen of wandel- en fietsroutes, die afhankelijk van de persoonlijke behoefte aan elkaar kunnen worden gekoppeld.

5. Uitgangspunten bij verdere ontwikkeling

Bij de verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme hebben we in de eerste plaats te maken met de trends en ontwikkelingen die we in het vorige hoofdstuk hebben geschetst. Het gaat hierbij om ontwikkelingen waar wij als gemeente niet of nauwelijks invloed op hebben. Maar er zijn ook ontwikkelingen die we als overheid in beginsel wel kunnen faciliteren, stimuleren of juist afremmen. Deze willen wij hier in beeld brengen.

Wij vinden als overheid de sector belangrijk, zien mogelijkheden voor de werkgelegenheid, maar realiseren ons ook dat 'de markt zijn gang laten gaan' in deze sector onvoldoende werkt. Hoezeer de ontwikkeling van recreatie en toerisme ook gewenst mag zijn: niet alles kan, en niet alles kan overal. We gaan hierna in op waar, vanuit de (gemeentelijke) overheid bezien, beperkingen liggen.

Wij streven daarbij naar zo min mogelijk regelgeving en procedures, dit om positieve ontwikkelingen te faciliteren. Ondernemers en andere initiatiefnemers hebben ook vrijheid nodig om in te kunnen spelen op de veranderingen in de toeristische markt. Het ruimte geven aan ondernemers interpreteren wij als: ruimte geven door in overleg met inwoners en maatschappelijke organisaties de goede korte en lange termijn beslissingen te nemen waarbij onze kernwaarden en -kwaliteiten niet worden bedreigd.

5.1 Ruimtelijk beleid en ruimtelijke schaal

Voor nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen vormen de verschillende bestemmingsplannen het eerste toetsingskader. Voorbeelden zijn de bestemmingsplannen voor het buitengebied en voor het strandgebied.

De bestemmingsplannen zijn gebaseerd op beleid. Zoals het ruimtelijk beleid van de provincie, structuurvisies (van de gemeente) en ander ruimtelijk beleid. De bestemmingsplannen vormen het juridische toetsingskader voor vergunningen. Als een initiatief daar niet in past, dan toetsen wij aan het ruimtelijk beleid. Zo straks ook aan deze visie.

De gemeente Castricum ambieert voor het buitengebied behoud en zo mogelijk versterking en ontwikkeling van de landschappelijke waarden en kwaliteiten, en een versterking van de (economische) ontwikkelingsmogelijkheden. Het beeldkwaliteitsplan voor het buitengebied (vastgesteld door de Raad in 2010) geeft sturing aan de gewenste ruimtelijke kwaliteit bij de verdere inrichting van het landschap. Het landschap vormt de voorwaarde voor ontwikkeling van de sector recreatie & toerisme. De sector recreatie en toerisme is er dan ook bij gebaat dat ontwikkelingen bijdragen aan de kwaliteit van het gebied.

Ook voor het strandgebied hebben wij een bestemmingsplan, maar niet een vastgesteld beeldkwaliteitsplan. Ons voornemen is ook voor het strandgebied een beeldkwaliteitsplan te laten opstellen.

Voor het door PWN beheerde duingebied is met name de Beheersverordening Duingebied aan de orde.

Initiatieven om toerisme te ontwikkelen moeten bovendien op een schaal gebeuren die past bij de kernkwaliteiten van de gemeente. Een ontwikkeling past gevoelsmatig, in een bepaalde vorm en omvang wel, en in een andere vorm en omvang niet bij een gemeente. Een voorbeeld: Als we de streek Veluwe als geheel zien is daar de ruimte enorm groot en is de ruimtelijke perceptie ook groot. Daarom past daar een bungalowpark dat een tiental hectares omvat, beter dan in een gemeente als Castricum, waarbinnen wel een meer kleinschalige opzet past. Dat neemt niet weg dat zelfs voor een groot gebied als de Veluwe

het provinciaal bestuur van Gelderland tegen de groei is van verblijfsrecreatie binnen het zogenaamde Veluwe massief, het aaneengeschakelde complex van natuurgebieden en domeinen

Conclusie: grootschaligheid en ook massaliteit - of de perceptie van grootschaligheid en massaliteit - en een kleinschalige gemeente bijten elkaar.

5.2 Duurzaamheidsbeleid

Duurzaamheid is een breed begrip. Door de gemeente is het begrip duurzaamheid op dit moment vooral vertaald in duurzaam energiebeleid. In 2012 heeft de gemeente het rapport 'Duurzame energie in Castricum' vastgesteld en het uitvoeringsprogramma 'Duurzaamheidsbeleid 2012-2015', die de basis vormen voor activiteiten en projecten, gericht op het bevorderen van duurzame energieproductie en op minder gebruik van energie. Met als doel op termijn een energieneutrale gemeente en als concreet tussendoel een CO₂-reductie in 2020 van 19% ten opzichte van 2008 en voor de kortere termijn (tot en met 2016) een reductie van 15%.

Concreet betekent dit beleid dat wij positief willen staan tegenover initiatieven als deze netto geen toename of zelfs een afname van de CO₂-uitstoot met zich meebrengen. Zo zullen wij eerder voorzieningen voor de fiets faciliteren dan voor de auto.

Bij duurzaamheid gaat het om veel meer uitdagingen dan louter energiedoelstellingen. Op allerlei terreinen van de recreatie en het toerisme vinden overigens particuliere ontwikkelingen plaats, waarbij wordt gezocht naar een bredere uitwerking van duurzaamheid. We noemen hier als voorbeeld het initiatief 'Green Beach' van de ondernemers die op het strandplateau en het strand actief zijn¹⁵. Zulke initiatieven juichen wij zeer toe.

5.3 Natuur en landschap

Een goede balans tussen ecologie en economie is essentieel. Dit geldt ook voor Natura 2000 en NatuurNetwerk Nederland (NNN)-gebieden. Voorwaarde bij ontwikkelingen in natuurgebied is dat de beschermde natuur- en landschapswaarden niet onomkeerbaar worden aangetast en dat de ontwikkeling op zichzelf een toegevoegde waarde heeft voor de omgevingskwaliteit.

Daar waar op provinciaal niveau gekozen is voor ontwikkeling van recreatie, zoals bijvoorbeeld voor de watersport, vormt in de eerste plaats de economische meerwaarde en niet het natuurbelang het uitgangspunt. Hierbij is natuurlijk sprake van een wisselwerking, natuur draagt ook in sterke mate bij aan de vorming van het toeristisch product. Ons gebied met al zijn kwaliteiten is als de kip met de gouden eieren, die we graag aan de leg houden in plaats van slachten.

Onvermijdelijk doen zich daarbij dilemma's voor. Om bezoekers natuur en landschap te laten beleven dienen natuur en landschap toegankelijk te zijn. Denk daarbij bijvoorbeeld aan kanoroutes of aan wandelen langs of zelfs door het weiland. Maar ook hiervoor geldt: waar en wanneer mogelijk. Die bijzondere kanoroute door een uniek landschap dient niet het broedresultaat van weidevogels negatief te beïnvloeden. Maatwerk in tijd en ruimte, tot stand gekomen door goed overleg met oog voor de verschillende belangen, is hier het devies.

¹⁵ Frisse wind (2010) Green Beach - Samen op weg naar het eerste duurzame strand van Nederland.

5.4 Financiële mogelijkheden gemeente

De gemeente is geen commercieel bedrijf met de bijbehorende financiële kansen maar ook risico's. Uitgangspunt is dat de gemeente geen risico's neemt met publieke middelen. Vandaar dat de gemeente zich beperkt tot het publieke domein en de daarbij behorende financiële regels en kosten. Daar staan opbrengsten voor de gemeente tegenover uit belastingen en leges.

De huidige situatie is dat "extra" inkomsten uit de gemeentelijke toeristenbelasting beschikbaar zijn voor programma's en projecten (uitvoeringsprogramma) op het gebied van recreatie en toerisme voor zover deze inkomsten (op jaarbasis) een bedrag overschrijden van € 716.500¹⁶.

In 2014 bedroeg het gemeentelijk budget voor recreatie en toerisme ca. € 35.000. Per 2015 is de toeristenbelasting verhoogd naar € 1,35 per dag (campings) resp. € 1,60 (hotels, B&B). In 2015 bedraagt het budget voor recreatie en toerisme ca. € 105.000. Een bedrag opgebouwd uit ca. € 55.000 te weten extra inkomsten toeristenbelasting over 2014 en € 50.000, zijn geschatte opbrengst op basis van de verhoogde toeristenbelasting over het jaar 2015.

¹⁶ Raadsbesluit d.d. 6 december 2012)

6. Waar willen we naar toe?

Waar willen we staan in 2030? In 2030 is Castricum een toeristische gemeente met landelijke naamsbekendheid en een toeristisch imago, gebaseerd op de beleving van natuur- en landschap, rust en ruimte, sport, historie en cultuur. Een gemeente die samen met ondernemers en maatschappelijke organisaties een ontwikkeling in gang heeft gezet en geleidelijk aan een attractief, samenhangend en duurzaam toeristisch/recreatief aanbod heeft gerealiseerd. Dit aanbod nodigt zowel inwoners als bezoekers uit om in de gemeente te recreëren.

In dit hoofdstuk gaan we in op:

- onze profilering (6.1)
- wat een mogelijk scenario is voor verdere ontwikkeling en profilering (6.2)
- wat ons ambitieniveau is (6.3)
- wat we in 2030 willen hebben bereikt (6.4)
- visies voor verschillende deelgebieden (6.5).

6.1 Profilering

Koester je DNA

Bij de het onderscheid tussen de Noord Hollandse kustplaatsen moeten we ons realiseren dat de toerist een andere logica volgt dan wat uit de presentatie van de DNA's blijkt. Waarbij het DNA concept de boodschap meegeeft: weet wie je bent en doe je niet anders voor dan je bent. Een consument kiest voor een regio, bijvoorbeeld Zeeland, de Waddeneilanden of de Kop van Noord-Holland, en daarbinnen voor een plaats die hem of haar aanstaat of waar accommodatie beschikbaar is. Dit concept maakt het noodzakelijk om bovenregionaal de regio te profileren en daarbinnen de 'eigen' lokale identiteit en kwaliteit. Een gevolg hiervan is de noodzaak tot afstemming tussen de aanbieders in de gehele provincie en weloverwogen profilering ten opzichte van elkaar. Dat wil zeggen onderscheidend vermogen accentueren en ook creëren.

Dus ja, de onderscheidende DNA's zijn belangrijk, maar dat onderscheid zichtbaar maken is nog belangrijker.

Voor zover we het gedrag en de keuzen van een toerist kunnen doorgronden: die kiest vaak ook simpelweg voor een locatie die hij of zij ergens tegenkomt. Een leuke foto van een aantrekkelijk punt. Een prettig kort filmpje. Mond-tot-mond reclame: een aanbeveling van een relatie. Vervolgens gaat een toerist bij keuze voor die locatie daar op bezoek en vermaakt zich met wat hij of zij ter plekke aantreft aan aanbod. In Turkije profileert een heel land zich op 'all in': goedkoop en totaal verzorgd op reis voor weinig geld. Daar is de basisprofilering van alle vakantieoord gebaseerd op 'niet duur op vakantie'. Daarna komt de profilering van het individuele ressort of de plaats.

Dat geeft daar nu een voordeel, maar op termijn een nadeel. Immers hoe ontworstel je je als individuele plaats, of individueel ressort aan deze basisprofilering. Als Griekenland 'goedkoper' wordt ben je je gasten voor een groot deel kwijt.

Castricum kan alleen maar een 'luke' plaats zijn

We kunnen een luke plaats zijn, zij het niet in de gebruikelijke zin van weelde en overdaad. Maar wel de luke van ruimte, de luke van binnen een klein gebied alles op fietsafstand te beleven, de luke van: 'of het nu zonnig weer is of wat gewoner weer, er is altijd van alles te beleven dat niveau heeft'.

Castricum is bijzonder ten opzichte van andere kustplaatsen door het enorm gevarieerde landschap dat we te bieden hebben. Die bijzondere variatie geeft een eigenheid die nauwelijks met woorden te omschrijven: die moet men ervaren. Nergens in Noord Holland is dit op een zo bescheiden oppervlakte mogelijk als juist in Castricum. Waarbij de schaal van het landschap vraagt om langzame vormen van bewegen. Wandelend en joggend, op de fiets, met de kano of te paard zie je de schoonheid van het gebied door de details. Daar gaat het in de gemeente Castricum om: detail na detail ontdekken en beleven.

6.2 Scenario's

We brengen hier eerst vier hypothetische scenario's in kaart. De gemeente Castricum kan zich hypothetisch - maar na een bewuste keuze dus bewust via één hoofdsenario - in de richting van vier scenario's: 'goudkust', 'rust en zuiverheid', 'recreatiepark' en 'natuur en cultuur voorop' ontwikkelen. Het inslaan van een richting impliceert niet dat andere richtingen - genoemd of ongenoemd - geheel verlaten worden.

Scenario A - 'Goudkust'

Meer welvarende gasten bezoeken het gebied en maken gebruik van hoogwaardige verblijfsaccommodatie zoals vijfsterrenhotels en recreatieve voorzieningen als golfbanen en schouwburg. De sector speelt in op de schaarste aan tijd en de behoefte aan gemak bij de welvarende consument, zowel bij het boeken (real-time online) als bij de vakantieform (georganiseerde trips en packages). De aangepaste identiteit is dan 'goudkust': groei door inzet op het hoge inkomenssegment, met name bestaande uit welvarende vijftigplussers. Een hoog bestedingsniveau gekoppeld aan een identiteit die best mag veranderen, maakt de gemeente Castricum tot een meer doorsnee 'happy-rich resort'. Het sectoraanbod verschuift richting luxe en gemak (designwinkels, verharde duinpaden, houten vlonders naar het strand), verzorging (zorghotels, sauna-units bij het strand) en kunst en cultuur. Conferentiecentra/-hotels ten bate van het zakelijk toerisme dragen bij aan de happy-rich uitstraling.

Scenario B - 'Rust en ruimte'

Met het tweede scenario trekken we gasten aan die de huidige identiteit van het gebied weten te waarderen, zonder dat de gemeente overladen worden. We willen rust en ruimte garanderen en werken spreiding door seizoensverbreding. Niet veel dus, maar wel met een relatief hoog bestedingsniveau. Een onderscheidend kenmerk van het gebied is de focus op duurzaamheid en ecotoerisme (ecolodges, duurzame vakantiebungalows). Deze twee elementen vormen 'unique selling points' en brengen de mogelijkheid met zich mee hogere bestedingen te genereren.

Scenario C - 'Recreatiepark'

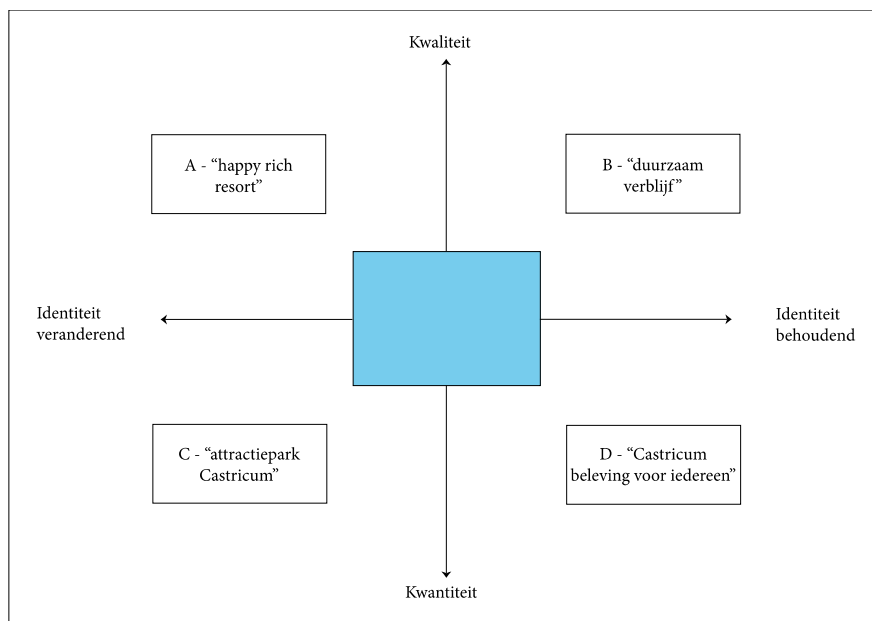
In het derde scenario heeft de gemeente op recreatief-toeristisch gebied vooral het profiel van een grootschalig 'recreatiepark'. Doel is zoveel mogelijk mensen te trekken ongeacht hun bestedingen, die vooral willen recreëren op basis van zich vermaken en vermaakt worden, zonder dat lokale of gebiedsidentiteit doorslaggevend is. Dit betekent ook het toestaan van nieuwe infrastructuur t.b.v. auto's, alsmede grootschalige verblijfsparken en evenementen. De sectorcapaciteit gaat omhoog (meer bedden, meer parkeergelegenheid). Daarnaast ligt er focus op grootschalige attracties, denk aan een attractiepark, grootschalige evenementen als een Nederlandstalig muziekfestival, een subtropisch zwembad), zodat sprake is van 'attractiepark Castricum'.

Scenario D - 'Natuur en cultuur voorop'

Veel gasten bezoeken het gebied om de unieke karakteristieken te ervaren. De beleving van natuur en landschap is verbeterd door betere informatievoorziening, zoals bewegwijzering,

fietsvoorzieningen, uitkijkposten, thematochten. Cultuur opsnuiven kan beter, omdat er meer kunstexposities en galerieën zijn. beleving voor iedereen': Strand, duin, meer en open landschap vormen een uniek decor, laat zoveel mogelijk mensen het gebied ervaren. De bezoeker maakt ook op beeldende wijze kennis met natuur en cultuur (in brede zin) van de regio. Denk aan webcams in vogelgebieden, beeldverhalen, musea. Buiten het hoogseizoen is extra beleving mogelijk, bijvoorbeeld door all season strandhuisjes.

Dat ziet er in een figuur met twee assen, kwaliteit ↔ kwantiteit en identiteit veranderend ↔ identiteit behoudend, als volgt uit.

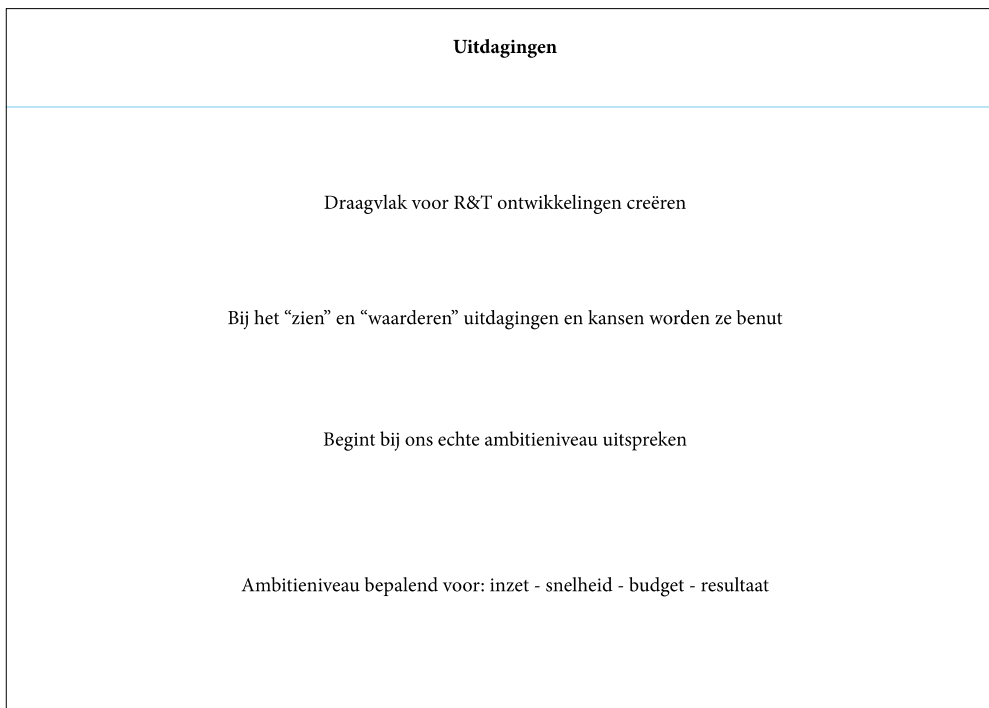


Elk van de geschetste scenario's is denkbaar. Maar als we alle informatie overzien, lijkt scenario B het meest logische, realistische en haalbare. Dit scenario past het meest bij karakter en identiteit van de regio, bij ons DNA en profiel, en bij de eerder geschetste uitgangspunten. En lijkt het meest te worden onderschreven door de verschillende betrokkenen. Wat niet wegneemt dat combinaties van onderdelen van scenario's ook goed mogelijk zijn, of een kleine verschuiving van onze identiteit bijvoorbeeld naar meer focus op jongeren of luxe¹⁷. Daarvoor moeten we goed blijven kijken naar trends bij consumenten.

6.3 Ambitieniveau

Een keuze over het gewenste ambitieniveau moeten we maken omdat dit bepalend is voor richting, intensiteit, investeringsniveau, inzet van middelen, inzet van ambtenaren, voor de richting die we ondernemers willen geven en voor de snelheid waarmee we tot een samenhangend pakket buiten - en binnen recreatievoorzieningen kunnen komen. Kortom, het gewenste ambitieniveau is de kurk waar deze visie op drijft. Er vanuit gaande dat we recreatie en toerisme vanuit economisch perspectief willen ontwikkelen en daarbij rekening houden met de in het vorige hoofdstuk geschetste randvoorwaarden, kunnen we vanuit de gemeente drie mogelijke ambitieniveaus formuleren.

¹⁷ OVC - Bericht d.d. 17-09-2015



Ambitieniveau 1

Bij ambitieniveau 1 gaan we er als bestuur vanuit dat de markt zijn werk doet. Er komt een ondernemer met een initiatief, of dit nu het aanleggen van een boomkruinen pad is of het bouwen van een hotel. De gemeente kijkt naar de baten en naar de schaduwzijden en volgt een zorgvuldig afwegingsproces, inclusief de gebruikelijke ruimtelijke-ordeningsprocedures. Het initiatief komt al dan niet tot realisatie.

Concretisering:

Bij dit ambitieniveau gaan we door op de manier waarop we recreatie en toerisme nu voornamelijk ontwikkelen. We reageren vooral vanuit ‘wat er op ons afkomt’. We ondersteunen financieel een aantal partijen en projecten tot een niveau van circa € 100.000 euro per jaar. Ambtelijk ondersteunen we recreatie en toerisme met ca. 30 uren per week.

Ambitieniveau 2

Ambitieniveau 2 betekent dat we kiezen voor verbindingstrajecten. We geven als bestuur aan waar we ontwikkelingen willen die een positieve invloed hebben op de groei van het toerisme. Ondernemers kunnen dan zelf beslissen of zij een initiatief kunnen creëren dat past binnen het beeld dat wij daarvoor schetsen. De initiatieven zelf laat de gemeente over aan de initiatiefnemer. Daarna vindt de gebruikelijke ruimtelijke-ordeningsprocedure plaats.

Concretisering:

Bij dit ambitieniveau realiseren we een actievere inzet vanuit de gemeente dan nu. Wij willen meer als aanjager fungeren en vliegwielen in beweging zetten. Wij willen dat doen met als kader het bestaande budget plus eventuele extra opbrengsten uit de toeristenbelasting, en met het huidige niveau van ambtelijke inzet. Wij gaan pro-actief de uit deze Visie voorkomende programma's en projecten invullen in participatie met inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties. Jaarlijks wordt een breed overleg georganiseerd,

bijvoorbeeld in de vorm van een congres of seminar, met als hoofddoel alle ontwikkelingen parallel en zonder verspilling te laten verlopen. Of extra budget nodig is zal moeten blijken uit de uitgewerkte, jaarlijks op te stellen jaarprogramma's. Dat extra budget zal dan door andere partijen dan de gemeente moeten worden opgebracht.

Ambitieniveau 3

Bij dit ambitieniveau geeft het bestuur niet alleen de verbindingstrajecten aan, maar stuurt zij zelf ook de initiatieven aan die hierbinnen passen. Met stakeholders maken we hier zakelijke afspraken over. Met andere woorden: de gemeente geeft aan waar plek is voor een toeristische ontwikkeling en welk initiatief (bijvoorbeeld hotel of museum) daar past. Met dit gegeven als uitgangspunt benadert de gemeente ondernemers om met een initiatief te komen. College en raad beslissen welk initiatief ons als gemeente het best past.

Concretisering.

Bij dit ambitieniveau realiseren we een actieve inzet vanuit de gemeente waarbij ondernemersgeest centraal staat. We gaan de ontwikkeling van R&T zien als een investeringsproblematiek. We brengen bij elke ontwikkeling in kaart hoe we een gewenst onderwerp willen we invullen en beslissen dan. Qua gemeentelijk budget moeten we naar een fors hoger jaarbudget om alle in kaart gebrachte activiteiten snel in te vullen.

Keuze

Wij stellen voor om in de ontwikkelingsfase die we nu ingaan, te kiezen om van ambitieniveau 1 over te gaan op ambitieniveau 2.

6.4 Wat is in 2030 bereikt?

1. Fietsen en lopen

De belangrijkste vormen van recreëren zijn in 2030 nog steeds het lopen en fietsen over strand, door duinen, het open landschap en de dorpskernen. Het lopen en fietsen is actief gestimuleerd met de organisatie van aantrekkelijke activiteiten en evenementen, gerichte promotie en wandel- en fietsvoorzieningen, die gericht zijn op het aantrekken van sportieve wandelaars en fietsers.

2. Activiteiten en evenementen

Activiteiten en evenementen zijn met name gericht op het aantrekken van bezoekers in het voor- en naseizoen. Hiermee is massatoerisme op piekmomenten voorkomen.

Naast de spreiding van evenementen is ingezet op de bundeling van diverse, kleinere activiteiten tot grote evenementen. Deze trekken meer bezoekers en dragen bij aan het imago van toeristische gemeente.

3. Groene landschappelijke structuren en kwaliteiten

Wij willen niet dat de ontwikkeling van recreatie en toerisme ten koste gaat van onze groene, landschappelijke structuren en kwaliteiten. Deze bepalen immers voor belangrijk deel de aantrekkingskracht op bezoekers. Wij willen juist een versterking van de waarden die hiermee zijn gemoeid, waarbij we ons moeten realiseren dat dit niet eenvoudig is te vangen in enkele kengetallen, denk bijvoorbeeld aan hectares natuurgebied, zoals sommigen adviseren. Wij willen samen met andere partijen zoeken naar een modus om hier doelgericht en doeltreffend mee om te gaan.

4. Draagvlak en samenwerking

In 2030 dragen de nieuwe activiteiten en de uitbreiding van bestaande voorzieningen eraan bij dat inwoners het groeiende aantal recreanten en bezoekers eerder als lust dan als last ervaren. Het toegenomen draagvlak voor toerisme onder inwoners is met name te danken

aan de intensieve samenwerking tussen bedrijfsleven, maatschappelijke middenveld en gemeente. De drijfveer voor de intensieve samenwerking is het gezamenlijke belang om een evenwichtige en duurzame groei van recreatie en toerisme te realiseren.

Bovendien zorgt de samenwerking voor een stevige verankering van de toeristische- en recreatieve sector in de lokale en regionale economie. Deze verankering komt tot uitdrukking in de samenhang tussen (nieuwe) activiteiten in onze gemeente.

De gemeente neemt een actieve rol op zich om bedrijven te stimuleren om samen te werken, samenhang aan te brengen in de activiteiten en bezoekers gastvrij te ontvangen. Wij voeren deze rol uit in samenwerking met onze partners.

Doelen in getallen

In vergelijking met de huidige situatie (de tabel in paragraaf 4.1) streven naar de volgende resultaten in 2030.

	Nu	2030
20% meer overnachtingen (in Euro)	561.000	675.000
20% meer hotelkamers/recreatiewoningen/ kampeerplaatsen	3.368	4.000
Bestedingen (bij € 60,- per dag)	€ 33,7 mln	€ 40,5 mln
25% groei van:		
het aantal bezoekers aan De Hoep	110.000	140.000
verkochte Duinkaarten	37.455	45.000
het aantal bezoekers aan het Huis van Hilde	50.000	60.000

6.5 Deelvisies

In de Structuurvisie Buitengewoon Castricum 2030 is voor een aantal gebieden van de gemeente een deelvisie voor het speerpunt recreatie en toerisme gepresenteerd, te weten:

- het strandgebied
- het duingebied
- het Alkmaarder- en Uitgeestermeer
- het stationsgebied

en voor het geheel van de verblijfsrecreatie.

Eerst geven we hierna de tekst uit de Structuurvisie over de deelgebieden integraal weer. Voor deze deelvisies hebben we een verdere uitwerking opgesteld. Daarbij hebben we bovendien tweedeelvisies toegevoegd, namelijk voor:

- het landelijk gebied en het Oer-IJ gebied
- de dag- en waterrecreatie.

De uitgewerkte deelvisies vindt u in bijlage 4 Uitwerking deelvisies

Strand

Naast Amsterdam is het strand de belangrijkste reden voor bezoekers om de provincie Noord-Holland te bezoeken. De gemeente Castricum beschikt over drie standopgangen, die leiden naar het strand. Een van de opgangen is bereikbaar per auto. Dit deel van het strand beschikt over verschillende faciliteiten, namelijk auto- en fietsparkeren, twee jaarrondpaviljoens op het strandplateau, vier jaarrondpaviljoens op het strand zelf en strandhuisjes gedurende het toeristisch seizoen. Sinds 2014 is op dit strand een watersportcentrum gevestigd, dat faciliteiten biedt voor alle (strand)watersporten. Voor het watersportcentrum is op het strand en het water een sportzone ingesteld, die mogelijkheden biedt voor bijvoorbeeld beachvoetbal, -volleybal of rugby en voor wind-, kitesurfen,

catamaranzeilen of sportvissen. Concrete plannen bestaan om op het plateau een verblijfsaccommodatie met ontbijt (12 kamers), met een strandwinkel te realiseren. De wens bestaat om het verblijven aan het strand nog aantrekkelijker te maken. De ondernemers in het gebied willen het strand profileren als het meest duurzame en groene strand van Nederland. Dit sluit goed aan bij de ambitie van de gemeente op het gebied van duurzaamheid en draagt het bij aan een kwalitatief goed aanbod aan onze bezoekers. De andere twee opgangen zijn lopend en per fiets bereikbaar. Deze stranden zijn rustiger en hebben minder faciliteiten. Daarmee heeft de gemeente ook een aanbod voor bezoekers, die prijs stellen op rust en ruimte.

Duingebied

Het duingebied van de gemeente Castricum maakt deel uit van het Noordhollands Duinreservaat (Natura 2000-gebied) en de ecologische hoofdstructuur (EHS). Het Noordhollands Duinreservaat is een karakteristiek voorbeeld van een Nederlands duinlandschap. Naast een natuurfunctie, heeft het duingebied een belangrijke functie voor de waterwinning, de waterzuivering en als zeewering. Het duingebied is daarnaast een belangrijke toeristische trekpleister. Het duingebied wordt gebruikt voor recreatie zoals wandelen, fietsen, ruitersport en kamperen op de Kennemer Duincampings. De duinen, het natuurgebied en de toeristische trekpleisters, dragen bij aan de aantrekkelijkheid van gemeente Castricum als woongemeente.

PWN heeft als beheerder van het duingebied een belangrijke taak bij de instandhouding en ontwikkeling van de bijzondere natuur- en landschapswaarden van dit unieke Natura 2000-gebied. Tegelijkertijd werkt PWN aan de belevingswaarde van het gebied, door de instandhouding van een uitgebreide recreatieve infrastructuur.

Alkmaarder- en Uitgeestermeer

Veel waterrecreanten genieten van de mogelijkheden op en langs het meer. De mogelijkheden voor het meer worden echter nog niet ten volle benut. Het is wenselijk als het water vanuit het dorp meer beleefbaar is, zodat bezoekers aan water of dorp van beide kunnen genieten. Het Recreatieschap Alkmaarder- en Uitgeestermeer (RAUM) stelt een nieuwe visie op, die moet leiden tot duidelijke kaders voor nieuwe ontwikkelingen in het gebied. Deze ontwikkelingen moeten een duurzame instandhouding van het gebied mogelijk maken en voorzien in de recreatiebehoefte van bezoekers.

Stationsgebied

Speerpunt in het beleid van de provincie is de ontwikkeling van stationsgebieden. Het stationsgebied van Castricum is uniek vanwege zijn directe ligging bij het duin. Bij ontwikkeling van het gebied gelden de volgende uitgangspunten:

- instandhouden van de zichtlijn van het dorp/station naar het duin
- realiseren van een natuurlijk overgang tussen bebouwing en duingebied
- realiseren van een goede verbinding tussen beide kanten van het spoor.

Deze uitgangspunten golden eveneens voor de bouw van het Huis van Hilde. Dit archeologisch informatiecentrum is een versterking van het gebied en kan uitgroeien tot een belangrijke publiekstrekker. Daarmee verstevigt het centrum het draagvlak voor de voorzieningen. Rond het station zijn diverse kleinschalige toeristische trekpleisters ontstaan. Het is belangrijk deze trekpleisters met elkaar te verbinden.

Verblijfsrecreatie

Om toeristen te trekken is een divers aanbod van verblijfsaccommodatie nodig. De gemeente beschikt over een ruim en gevarieerd aanbod aan kampeerplaatsen gedurende het toeristisch seizoen (het merendeel van de campings is in de winterperiode gesloten). Verder zal aantal hotelbedden de komende jaren mogelijk nog iets uitbreiden. De gemeente beschikt slechts in zeer beperkte mate over recreatiewoningen. Om meer bezoekers te faciliteren zouden met name het aantal hotelkamers en recreatiewoningen uitgebreid kunnen

worden. Dit sluit ook aan bij de groeiende behoefte van recreanten aan deze vormen van accommodatie.

7. Hoe en met wie kunnen we doelen bereiken?

We willen dat alle activiteiten op het vlak van recreatie en toerisme bijdragen aan het welbevinden van zowel onze inwoners als onze bezoekers. Ook willen we dat de activiteiten zorgen voor het behouden en versterken van de kwaliteiten van onze gemeente. Zoals de ruimtelijke kwaliteit, een aantrekkelijk aanbod van diensten en producten, en zeker ook onze gastvrijheid. Maar hoe realiseren we de visie en deelvisies waarvoor we kiezen? En wat kan daarbij ieders rol zijn? Op deze vragen willen we in dit hoofdstuk een antwoord geven en gaan daarbij uit van het in het vorige hoofdstuk aangegeven ambitieniveau 2.

7.1 Strategie

De strategie die wij voorstellen bestaat uit de volgende elementen:

1. Spreiding van bezoekers
2. Goede wandel- en fietsroutes
3. Het verbinden van toeristische plekken
4. Promotie
5. Fasering

1. Spreiding van bezoekers

In het hoogseizoen zijn onze accommodaties en voorzieningen al optimaal benut. Wij richten onze inspanningen dan ook op uitbreiding van het aantal bezoekers buiten de maanden juli en augustus, zodat we onze voorzieningen beter benutten en meer werkgelegenheid creëren gedurende het hele jaar.

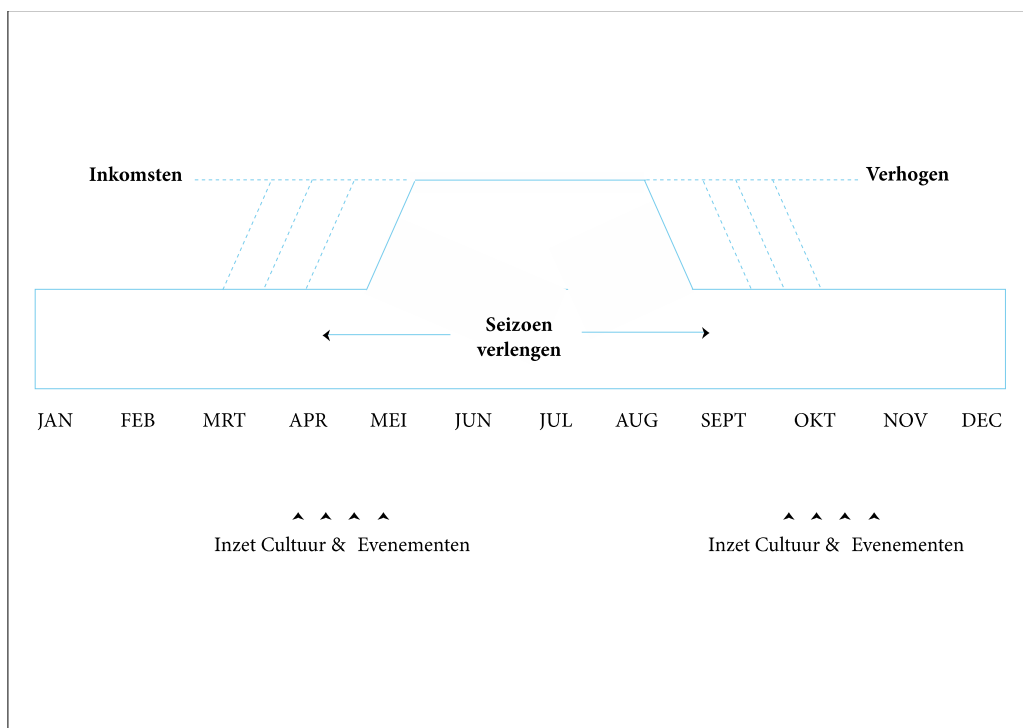


Fig. Verlenging toeristisch seizoen

Een goede programmering van evenementen, met name in het voor- en naseizoen, kan spreiding stimuleren. Naast een bijdrage aan de spreiding moeten evenementen:

- aansluiten bij de positionering van de gemeente, bijvoorbeeld een fiets- en wandelevenement;
- gedurende twee of meer dagen plaatsvinden: een meerdaags evenement draagt bij aan de benutting van de verblijfsmogelijkheden;
- de potentie hebben om uit te groeien tot een jaarlijks terugkerend evenement met regionale aantrekkingskracht;
- origineel en onderscheidend zijn en
- passen in het Heerlykhydsconcept.

2. Goede wandel- en fietsroutes

Provincie, regio en gemeente werken continu aan verbetering van de toegankelijkheid en recreatieve waarde van wandel- en fietsnetwerken. Wij willen de mogelijkheden verkennen van wandelpaden, schelpenpaden en trimbaanvoorzieningen. Samen met onze partners houden we de bewegwijzering actueel, worden routes met elkaar verbonden en aantrekkelijk gemaakt.

Naast goede communicatie over de routes en aanleg en onderhoud van paden, worden routes aantrekkelijker gemaakt door bijvoorbeeld de ontwikkeling van themaroutes, het plaatsen van banken en picknicktafels, prullenbakken, bewegwijzering, informatieborden. De kern van recreatie en toerisme in de gemeente is ontspannen op een duurzame manier. Naast fietsen en wandelen, kan het daarbij gaan om hardlopen, mountainbiken, sportvissen, (kite)surfen en paardrijden. Op deze actieve manier kunnen bezoekers de natuur en cultuur beleven.

3. Het verbinden van toeristische plekken

Bij het verbinden van toeristische plekken gaat het om:

- a. Amsterdam en andere plaatsen en regio's met Castricum
- b. Station met het strand
- c. Dorpskernen met het strand
- d. Campings met de dorpskernen
- e. Voor en achter het station (rondje van acht).

Amsterdam en andere plaatsen en regio's verbinden met Castricum

Tussen Amsterdam en Castricum bestaat al van oudsher een nauwe relatie. Veel Amsterdammers recreëren in Castricum, met name op camping Bakkum, en veel Castricammers werken in Amsterdam. Met behulp van de Destinatie Marketing Organisatie DMO¹⁸ zal relatie met Amsterdam Marketing worden versterkt.

We willen overigens niet alleen naar het zuiden kijken¹⁹. Castricum kan als uitvalsbasis (verblijfsplek) ook meer verbonden worden met bijvoorbeeld Alkmaar en West-Friesland, met gebruikmaking van de uitstekende spoorverbindingen.

Om dit te bewerkstelligen denken wij aan een Castricums magazine en aantrekkelijke bezoekersarrangementen.

Station verbinden met het strand

¹⁸ Zie bijlage 3 voor een toelichting op de DMO

¹⁹ Zoals gesuggereerd door de Stichting tot behoud van natuurlijke en cultuurhistorische waarden in de Alkmaardermeeromgeving, in haar schrijven van 31-08-2015

Voor toeristen/recreanten, die aankomen op het station, maken we het makkelijker om de gewenste bestemming in de gemeente te bereiken. We denken daarbij aan goede fietsverhuur met diverse soorten fietsen en ruime openingstijden, goede busverbinding met het strand en ludiek vervoer zoals een treintje, riksja's of elektrische auto's..

Dorpskernen verbinden met het strand

Voor een goede verbinding tussen de dorpskernen en het strand is een goede bewegwijzering de basis. Daarnaast gaat het om informatie op het strand over de dorpskernen en in de dorpskernen om informatie over het strand. Voor informatie aan strandgangers over de dorpen kunnen we bijvoorbeeld gebruik maken van een digitale informatiezuil op het strandplateau. Ook een gemakkelijke bereikbaarheid van het strand, het tegengaan van zomerse files op de Zeeweg, en heldere informatie over (fiets-)parkeren zijn belangrijk.

Campings verbinden met de dorpskernen

Voor de grote campings geldt dat zij gasten voorzieningen voor eten, boodschappen en culturele evenementen op de camping bieden. Er is geen automatische impuls om de dorpen te bezoeken. Door meer informatie over de dorpskernen op grote en mini-campings worden bezoekers gestimuleerd om de kernen te bezoeken, zodat ook lokale ondernemers hiervan profiteren. Om bezoekers te binden zullen ondernemers dan wel onderscheidende beleving moeten bieden via dienstverlening en producten.

Voor en achter het station met elkaar verbinden

Een eerste versie is ontwikkeld van het 'Achtje van Castricum'. Een route om wandelend of fietsend natuur, cultuur, recreatie en Huis van Hilde gekoppeld aan de terrassen in de kern Castricum te ontdekken. Dit Achtje kan in de toekomst uitgebreid worden met nieuwe routes.

4. Promotie

Veel partijen zijn betrokken bij de promotie van het gebied. Het gaat dan om promotie op diverse niveaus, namelijk promotie van Noord-Holland, de regio Noord-Holland Noord, de regio Alkmaar en per gemeente. De vele partijen en vormen van promotie, maken de afstemming niet eenvoudig. De betrokken partijen werken eraan om deze afstemming te verbeteren. Eén van de stappen daartoe is de kwartiermaker, die begin 2015 is gestart om de mogelijkheden te onderzoeken voor een gezamenlijke Destinatie Marketing Organisatie (DMO). Gezamenlijke marketing kan de herkenbaarheid van het gebied aanmerkelijk verbeteren.

Bij het aantrekken en binden van bezoekers spelen ondernemers een belangrijke rol. Zij maken voor een bezoek aan hun bedrijf al reclame buiten de gemeente en staan in direct contact met hun gasten. Door een goede prijs/kwaliteit verhouding van hun product en door contact te houden met de gast zijn zij bij uitstek in staat om de gast te binden.

Bovendien willen we bezoekers, die in onze gemeente verblijven, informeren over alle leuke plekken en activiteiten in de gemeente om ze te motiveren langer te blijven en vaker terug te komen. We denken daarbij aan het ontwikkelen van een digitaal en fysiek magazine, dat via toeristische websites en bij toeristische ondernemingen en bezienswaardigheden beschikbaar is.

Bij de promotie gaan we uit van 'houden wat je hebt' en dit geleidelijk uitbreiden. We proberen voor elke gast, vanuit persoonlijke drijfveer om hier te komen, de verbinding te maken naar de rest van het aanbod.

Uitbouwen Heerlykhyd

Gemeente en ondernemers willen kwalitatief goede initiatieven (bezienswaardigheden en activiteiten) samenbrengen onder de paraplu van de Heerlykhyd. De Heerlykhyd staat voor kwaliteit, trots, genieten, inspireren, authentiek, gastvrijheid, rust en ruimte.

De Heerlykhyd is nu zichtbaar via de welkomstborden en het gebruik van het logo bij evenementen. Deze attenderen inwoners en bezoekers op de toeristisch-recreatieve mogelijkheden binnen de gemeente. Een verdere uitbouw van de Heerlykhyd draagt bij aan de identiteit en profilering van het gebied. Wij zien de volgende kansen voor verder te ontwikkelen Heerlykheden van de gemeente Castricum:

1. Heerlyk ruim Noordzeestrand;
2. Heerlyk recreëren in duin, bos en veld;
3. Heerlyk vertoeven op het water: zee én meer;
4. Heerlyk authentieke dorpskernen;
5. Heerlyk gastvrije logeeradressen;
6. Heerlyke woon- en werkomgeving;
7. Heerlyke streekproducten & eetgelegenheden;
8. Heerlyke evenementen;
9. Heerlyke bezienswaardigheden.

5. Fasering: eerst verbinden dan vergroten

Eerste fase: verbinden

In de eerste fase staat centraal het verbinden van de 'entree hubs', daar waar onze gasten onze gemeente binnen komen, met alles wat binnen onze gemeente te beleven is. En met het verbinden van alle parels komen wij tot een onderscheidend en samenhangend toeristisch-recreatief aanbod.

	Fase 1	Fase 2
Periode	2015 - 2020	2020 - 2030
Kenmerk	Verbinden	Vergroten
Gevolg	Intern gericht	Extern gericht

Wij zullen gebruik moeten maken van een verbindende aanpak van marketing en communicatie, om onze gasten kennis te laten maken met alles wat wij te bieden hebben. We willen dat al die kwaliteiten en mogelijkheden zichtbaar worden door apps, kaarten, informatieboekjes, een magazine, routekaartjes, winkelgidsjes, websites. En die moeten er

zo goed uitzien dat onze gasten gemotiveerd raken om de parels binnen de gemeente te bezoeken.

Ook het verbinden van de toeristisch-recreatieve sector met andere sectoren zoals sport en cultuur hoort hierbij. Het gaat dan bijvoorbeeld om initiatieven op het gebied van attracties en evenementen.

De rol van de gemeente hierbij is die van een partij met een stimulerende opstelling, niet op voorhand de rol van initiatiefnemer. Maar wel met als doel verspilling van energie en financiën te voorkomen en eenduidigheid in aanpak en uitstraling te realiseren.

Wij willen vijf jaar (2016-2020) uittrekken uit voor fase 1. In die fase gaan we ons ook voorbereiden op de volgende fase.

Tweede fase: vergroten

Zoals de Ondernemersvereniging Castricum (OVC) in een reactie aangeeft²⁰:

"In onze optiek beslist de consument waar behoefte aan is. De gemeente moet zich hier ook door laten leiden. In onze optiek zou je wat dat betreft meer kunnen aansluiten bij huidige trend zoals Innovatief, Bijzonder en Verrassend. Beleving is hierin ons inziens het sleutel woord. Met andere woorden: kijk naar de consument van vandaag en richt de focus daarop en wees flexibel en bereid naar de toekomst toe om je aan de veranderende consument aan te passen."

Bestuurlijke actie	Eerste fase 2015 - 2020	Tweede fase 2020 - 2030
Keuze	“Verbinden”	“Vergroten”
	▼	▼
Gevolg	Interne marketing	Externe marketing
	+	+
Kans	Quick win beslissingen	Langere termijn beslissingen
	+	+
Gevolg	Start met uitwerken strategische verbeteringen	Implementeren strategische verbeteringen

Vooral in de tweede fase willen we op een planmatige manier niet alleen meer gasten maar ook andere of veranderende gasten aantrekken. Gasten met in eerste instantie een soortgelijk profiel als waar we in de eerste fase succesvol mee zijn. Na de doelgroepen waarop we ons concentreren in de eerste fase (fietsers, wandelaars, waterrecreanten), trekken we dan nieuwe, nauwkeurig te omschrijven doelgroepen aan. Hierbij horen ook nieuwe, andere vormen van promotie bij.

Wij willen tien jaar (2021-2030) uittrekken voor fase 2.

²⁰ OVC - Bericht d.d. 17-09-2015

7.2 Rollen

De ontwikkeling van recreatie en toerisme zien wij als een investeringsproject waarbinnen veel partijen meewerken en een rol hebben. Onze ambitie om de sector recreatie en toerisme in de gemeente te laten groeien, moet aansluiten en blijven aansluiten bij de ambitie van partijen waar wij mee samenwerken. Alleen door voortdurend te werken aan verbinding kunnen alle betrokkenen gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen om een duurzaam en gestructureerde ontwikkeling van recreatie en toerisme de kansen te bieden die het verdient.

Wat mag men van de gemeente verwachten?

De rol van de gemeente op het specifieke terrein van recreatie en toerisme is nu wisselend. Soms zijn we initiatiefnemer, soms zijn we katalysator, soms zijn we sturend. Soms zijn we proactief, soms reactief.

Voor de verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme zien we onze rol in de eerste plaats als faciliterend en - voor zover nodig en wenselijk geacht door de andere spelers in het veld - in de tweede plaats als regisserend. Zoals eerder is aangegeven is er op het vlak van recreatie en toerisme sprake van een grote organisatiedichtheid en is regie onontbeerlijk. De gemeente wil die regierol op zich nemen.

Anders gezegd: onze gemeentelijke rol vinden we primair het verbinden van onze parels en de daarbij betrokken mensen en partijen, zowel ondernemers als maatschappelijke organisaties. We willen hen ondersteunen bij het verbinden van initiatieven en bij het oplossen van de eventuele knelpunten daarbij.

En daarnaast zullen we in voorkomende gevallen natuurlijk onze rol vervullen als toetsers van initiatieven en plannen aan geldende regelgeving en staand beleid.

Wat verwacht de gemeente van anderen?

Ondernemers

Als we recreatie en toerisme willen ontwikkelen vanuit een geïntegreerde en gedragen aanpak, en daarbij als randvoorwaarde natuur en landschap willen beschermen en uitbouwen, moet er bij de ondernemers kant de wil zijn tot samenwerken. We zien graag dat ondernemersgremia komen tot een gestructureerde, degelijke en kwalitatief hoogwaardige samenwerking. Als de ondernemers tot een samenwerkingsvorm kunnen komen is dat een belangrijke hoeksteen voor een toeristische ontwikkeling.

Maatschappelijke organisaties

Er zijn lokaal veel maatschappelijke organisaties actief in en rond het terrein van recreatie en toerisme, elke met te respecteren eigen doelstellingen, ambities en belangen. En ook met elk een eigen energie, kennis en inzet. Wij zien het als een uitdaging te bewerkstelligen dat kennis maximaal wordt gedeeld en dat daar waar mogelijk, en bij voorkeur in een zo vroeg mogelijk stadium van projecten en plannen, vormen van samenwerking ontstaan.

Samenwerken en afstemmen betreft veel terreinen. Voorbeeld: culturele organisaties en instellingen die activiteiten in het voor- en naseizoen bundelen.

Regionale samenwerking

Het gaat bij samenwerking ook om afstemming met de bestuurlijke ambitie van de provincie, het gebied Noord-Holland Noord, de regio Alkmaar en de gemeenten.

Vanuit onze gemeentelijke visie op recreatie en toerisme leveren we een bijdrage aan de projecten in de regio en creëren we gezamenlijk een aantrekkelijk gebied voor bezoekers.

Samenwerken met de provincie, samenwerken binnen de regio Alkmaar en samenwerken in BUCH-verband (Bergen, Castricum, Heiloo en Uitgeest heeft meerwaarde, in de zin van:

- slagkracht en capaciteit
- aansluiting bij de perceptie van bezoekers (voor wie gemeentegrenzen niet echt een rol spelen)
- samen eenduidig en consistent richting geven aan toekomstige ontwikkelingen.

De regio Alkmaar heeft de ambitie om in 2025 een herkenbare bestemming te zijn voor toeristen en recreanten, die zich kenmerkt door haar cultuurhistorische DNA en de woorden natuurlijk en inspirerend.

Voorstel : Toeristische initiatiefgroep

Belangrijk bij ontwikkeling van recreatie en toerisme zijn marketing en promotie. Deze vergen organisatie en planmatig werken. Het bedenken, stimuleren, opzetten, uitvoeren en exploiteren van marketing- en promotieactiviteiten en van activiteiten die zijn gericht op gastheerschap en informatievoorziening heeft een initiator, regisseur en coördinator nodig. Marketing en promotie is geen taak van de gemeente.

Wij willen een 'Toeristische Initiatiefgroep' in het leven roepen, waarin vertegenwoordigers van betrokken groeperingen met elkaar bedenken wat nodig is en welke activiteiten met elkaar worden uitgevoerd.

Een dergelijke toeristische initiatiefgroep heeft in onze optiek een onafhankelijke voorzitter nodig. Voor het ontwikkelen van concrete marketingactiviteiten kan de initiatiefgroep idealiter een beroep doen op een marketingadviseur, bijvoorbeeld van het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, om concrete mogelijkheden en (marketing-, communicatie-) activiteiten in kaart te brengen.

Daarnaast bevelen wij sterk aan om een coördinator aan te stellen, ofwel vanuit de Toeristische Initiatiefgroep, ofwel extern aangetrokken, voor de coördinatie en regie van activiteiten, het ontwikkelen van arrangementen, het leggen van contacten en productontwikkeling. De gemeente wil vanuit het budget voor recreatie en toerisme bijdragen aan de kosten van een coördinator, maar alleen als een deel van de kosten ook gedekt wordt door andere partijen.

De Toeristische Initiatiefgroep kan bijvoorbeeld worden samengesteld uit vertegenwoordigers per deelsector: hotels, overig horeca, (mini)campings, musea, PWN en overige aanbieders. Ook de gemeente maakt deel uit van de Initiatiefgroep.

Voorstel : Periodieke top recreatie en toerisme

Het lijkt zinvol in het kader van kennisuitwisseling, maar ook voor het samen delen van voortgang, om periodiek, bijvoorbeeld jaarlijks een inspirerende 'top' te organiseren rond een bepaald hoofdthema. Tijdens zo'n bijeenkomst delen de betrokkenen meningen, visies en inzichten. Ook kan eenieder nieuwe en lopende projecten presenteren. We creëren daarmee samenhang tussen projecten en mensen. Voor een eerste top kan, indachtig het voorafgaande, het onderwerp 'Verbinden' het thema zijn.

7.3 Instrumentarium

In principe hebben we als gemeente al een ruim palet aan instrumenten om, samen met anderen, de ontwikkeling van recreatie en toerisme te stimuleren waar wenselijk en af te

remmen waar onwenselijk. Toch willen we zoeken naar aanvullend instrumentarium om effectiever en efficiënter te kunnen zijn. We noemen hier twee mogelijkheden om onze doelen beter te kunnen dienen.

1). Zoals in paragraaf 6.4 is aangegeven willen wij dat de ontwikkeling van recreatie en toerisme versterkend werkt op onze groene, landschappelijke structuren en kwaliteiten omdat deze voor belangrijk deel de aantrekkingskracht op bezoekers bepalen. Wij willen samen met andere partijen op zoek gaan naar een beleidsaanpak om hier zinvol mee om te gaan. Op deze manier hoeven we niet in de klassieke val te trappen waarbij economische winst leidt tot verlies voor natuur en landschap.

2.) In aan deze visie voorafgaande werkdocumenten is geopperd een 'natuurfonds' op te richten om verregaande investeringen in onze 'groene kwaliteiten' mogelijk te maken. Uit de reacties die wij kregen op dit idee voor een nieuw verdienmodel valt op te maken dat voor een dergelijk idee veel belangstelling bestaat, maar ook dat hier veel vraagtekens bij kunnen worden gezet. Bijvoorbeeld de vraag in hoeverre zo'n fonds een meerwaarde heeft ten opzichte van het al bestaande Kennemer Streekfonds. En de vraag of het niet beter is een algemeen fonds recreatie en toerisme te creëren. Wij vinden het dan ook te vroeg om nu al keuzes te maken en zullen hier in de komende periode, bijvoorbeeld via werkbijeenkomsten, een nadere uitwerking van maken.

Bijlage 1

Afkortingen en begrippen

DMO	Destinatie Marketing Organisatie
KEC	Kwaliteitsimpuls Economie Castricum
LOV	Limmer Ondernemers Vereniging
RAUM	Recreatieschap Alkmaarder- en Uitgeestermeer

Recreatie en toerisme

Het gebruik van de begrippen recreatie en toerisme is vaak niet eenduidig. In deze visie op recreatie en toerisme verstaan we onder recreatie vooral: alle vormen van vrijetijdsbesteding, d.w.z. alle activiteiten die kunnen worden gedaan naast de dagelijkse verplichtingen zoals werken en huishouden en die niet direct gekoppeld zijn overnachtingen. We vatten hier recreatie dus vooral op als dagrecreatie.

Categorieën dagrecreatie zijn bijvoorbeeld: buitenrecreatie, waterrecreatie en -sport, wellness/beauty/ontspanning, bezoeken van musea en evenementen, recreatief winkelen, uitgaan.

en onder toerisme met name het verblijfstoerisme.

Categorieën binnen het verblijfstoerisme zijn bijvoorbeeld: • Hotels, pensions en bed & breakfast, campings; strandhuisjes, vakantiewoningen en -appartementen, groepsaccommodaties, jachthavens.

ONHN	Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord
OVC	Ondernemers Vereniging Castricum
SPHC	Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum
TOP	Toeristisch Overstap Punt
TPC	Toeristisch Platform Castricum
VWG	Vogelwerkgroep Midden-Kennemerland

Bijlage 2

Overzicht verblijfsaccommodaties en overnachtingen

Verblijfsaccommodaties

<u>Hotels</u>	<u>Aantal kamers/plaatsen</u>
Hotel Akersloot	210
Hotel Borst	20
Hotel Het Oude Raadhuis	12
Hotel Huize Koningsbosch (vanaf mei 2015)	<u>20</u>
Totaal:	262
<u>Campings</u>	
Camping Bakkum	1406 vaste plaatsen (=seizoen) 300 losse plaatsen (=toeristisch) 30 verhuureenheden ²¹
Camping Geversduin	395 vaste plaatsen (=seizoen) 196 losse plaatsen (=toeristisch) 25 verhuureenheden
Camping de Boekel	60 (jaarrond)
Camping de Nesse	23 3 verhuureenheden (jaarrond)
Campings Ormsby Field	30
Camping de drie Akers	10 vaste plaatsen 2 losse plaatsen
Camping Twisk(de Hooiberg)	31
Camping de Tien Morgen	20
Camping de Sleutelhoeve	30
Camping de Polle	30
Camping de Kei	25
Camping de Westert	29
Camping het Zonnige veld	30
Totaal:	<u>2 verhuureenheden</u> 2.677
<u>Jachthavens (campings, huisjes, stacaravans)</u>	
ARZV	0
't Hoorntje	33 (part. eigendom)
Meijne	3 verhuureenheden
Totaal:	<u>4 losse plaatsen</u> 40
<u>Bed&Breakfast en zomerhuisjes</u>	
Louwen	1
Gijze- van Warmerdam	1
Klimduin	1
Zomerhuis De Wildt	1
Zomerhuis Starrenburg	1

²¹ De verhuureenheden zijn meegeteld bij de particuliere vakantiehuisjes.

Zomerhuis Kraakman	1
Vakantiehuis 'De Blauwhof'	1
Sherperd's House	7
Binnenhofje	4
La Porte	1
Hes	1
B&B Jacobshoeve	2
B&B Limmerzand	2
B&B De Buitenkans	2
B&B Het Ruitershuys	1
B&B Reuring op Stal	1 (vanaf mei 2015)

Stichting Jan Zeeveld (groepsaccommodatie) 13
Totaal: 41

Particuliere vakantiehuisjes

www.aanzee.nl	10
www.airbnb.nl	4
Het Houten Huis	1
Fien	1
Antoinette	1
Zomerhuis Brussel	1
Zomerhuis Wildt	1
Zomerhuis Zonneveld	1
Zomerhuis Admiraal	1
Zomerhuis Vollers	<u>1</u>
Totaal:	22

Strandhuisjes

Club Zand	48
De Deining	144
Niet slapen huisjes	12
Bad Noord	30
Oud Jaffa	<u>34</u>
Totaal:	268

Aantallen overnachtingen

	2010	2011	2012	2013
Hotels	105.359	91.307	89.079	90.538
Camping (groot)	410.429	401.116	389.580	412.775
Camping (klein)	30.665	32.735 ²²	44.835	49.008
Jachthavens (campings, huisjes en stacaravans)	2.729	2.775	2.906	2.657
Bed & Breakfast en zomerhuisjes	2.022	4.013	3.324	3.478
Groepsaccommodaties	41.886	21.421 ²³	20.882	21.917
Totaal	593.090	553.367	550.606	580.373

²² In 2011 mochten de boerencampings van 15 plaatsen naar 30 plaatsen uitbreiden.

²³ In 2011 werd jeugdherberg Stayokay gesloten.

Bijlage 3

Initiatieven marketing en promotie

Provincie, regio en gemeente hebben verschillende projecten uitgevoerd die geheel of gedeeltelijk betrekking hebben op marketing en/of promotie. Hieronder een korte opsomming van deze projecten en hoe zij elkaar versterken.

Regionale ontwikkelingen

Leisure Board

Leisure Board is tot stand gekomen naar aanleiding van het rapport 'Eén regio, één merk'. In dit rapport werd geconcludeerd dat de vrijetijdsindustrie in Noord-Holland Noord zich niet optimaal ontwikkelde als gevolg van kleinschaligheid en versnippering. Om te komen tot een goede onderlinge afstemming in deze sector is Leisure Board op 25 april 2013 officieel opgericht met de ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst. In de Board zijn de regionale VVV's/toerismebureaus, het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, de Kamer van Koophandel en de Cultuurcompagnie vertegenwoordigt. Leisure Board is een strategisch platform dat gevraagd en ongevraagd advies geeft aan gemeenten, provincie en bedrijven. Het advies is vrijblijvend; er worden geen bevoegdheden overgedragen aan Leisure Board.

Stichting Vrijetijdsindustrie Noord-Holland Noord

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

Om dit te realiseren wordt een strategisch plan gemaakt en worden middelen ingezet om het imago van de regio te versterken. Het strategisch plan van de Stichting gaat verder onder de naam Destinatie Marketing Strategie 2014 (DMS). Uit deze DMS komt een uitvoeringsagenda voort waarvoor de Stichting een financieringsaanvraag voor de lange termijn zal doen bij bedrijven uit de vrijetijdssector, de partners van Leisure Board en de gemeenten in Noord-Holland Noord. Deze ondernemers spelen een belangrijke rol in de missie om van Noord-Holland Noord een toeristische trekpleister te maken. Vertegenwoordigers van de Stichting Vrijetijdsindustrie Noord-Holland Noord hebben een bepalende stem in Leisure Board en daarmee een stevige positie in de ontwikkelingsrichting van de vrijetijdssector in onze regio. De voorzitter zit namens de Stichting in Leisure Board. Marketeers van de aangesloten bedrijven hebben een leidende positie in de werkgroep Leisure Board Marketing. De DMS geeft antwoord op de vraag op welke doelgroep Noord-Holland Noord zich richt.

©VAN HOLLANDSE BODEM

Op 12 december 2013 heeft het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord het nieuwe regiomerk ©VAN HOLLANDSE BODEM gelanceerd. Het regiomerk vormt de basis voor regiomarketing Noord-Holland Noord om met alle partijen op een structurele manier de reputatie van de regio als aantrekkelijke plek voor bedrijven, bezoekers en bewoners te versterken. Het beeldmerk moet regioversterkend zijn en de regio beter op de kaart zetten.

Regionale Toeristische Visie

In de Economische uitvoeringsagenda Regio Alkmaar 2012-2014 is opgenomen dat er een visie voor de regio opgesteld moet worden en vervolgens een strategie en uitvoeringsplan. Met de oprichting van zowel de Leisure Board als de Stichting Vrijetijdsindustrie en de transitie van het Ontwikkelbedrijf NHN is de behoefte aan een gezamenlijk document van de Regio Alkmaar erg groot. In juni 2015 heeft de gemeenteraad kennis genomen van de toeristisch-recreatieve visie Regio Alkmaar 2025: Parel aan Zee. Met de regionale visie kan richting gegeven worden aan het prioriteren van de eigen activiteiten en van de

(boven)regionale samenwerkingsverbanden. De vastgestelde speerpunten zijn uitgewerkt in een visiedocument voor de middellange en lange termijn. De Regionale Toeristische Visie geeft weer op welke manier wij de doelgroep naar Noord-Holland Noord kunnen trekken, met welke voorzieningen etc.

Destinatie Marketing Organisatie DMO

De regio Noord-Holland Noord wordt als toeristische bestemming niet eenduidig vermarkt. Het ontbreekt aan een duidelijk toeristisch profiel. Oorzaak hiervoor is de versnipperde inzet van publieke en private middelen en het ontbreken van regie op regionaal niveau. Een slagvaardige uitvoering van destiniatiemarketing activiteiten met gezamenlijke inzet van publiek en private middelen is noodzakelijk. Door het opbouwen van de marketingactiviteiten in de regio vanuit toeristische herkenbare en sterke merken (steden, plaatsen, evenementen, gebieden) komt het vermarkten van Noord-Holland Noord integraal tot stand en vormt het een geïntegreerde propositie. De wens is om per 2016 te komen tot een destiniatiemarketing organisatie (DMO), die als het mogelijk is, wordt opgebouwd vanuit de structuur en capaciteit van de huidige promotie-organisaties in Noord Holland Noord. De Kop van Noord Holland, Westfriesland en de regio Alkmaar zijn de primaire subregio's die invulling gaan geven aan de gebundelde marketing en promotie-inspanningen. Inhoudelijk worden de subregio's Waterland, Noord-Kennemerland en Texel betrokken bij de invulling en uitvoering van komende activiteiten.

Lokale ontwikkelingen

Heerlykhyd

Langzamerhand begint het label Heerlykhyd meer en meer te leven onder bewoners, ondernemers en belangenverenigingen. Zoals Frits Huffnagel al aangaf; vasthouden aan je beeldmerk en het merk zoveel mogelijk proberen te laden. Inmiddels is in het nieuwe evenementenbeleid (concept) de Heerlykhyd meegenomen in nieuwe en bestaande evenementen. Op deze manier wordt het merk nog beter zichtbaar.

Leefstijlatlas

In opdracht van de provincie Noord-Holland zijn de leefstijlen in de provincie in kaart gebracht. De leefstijlatlas koppelt demografische gegevens aan interesses, wensen en behoeften op het gebied van vrijetijdsbesteding. Noord-Holland is daarbij ingedeeld in 7 segmenten met een eigen kleur. De segmenten vertegenwoordigen een karakteristieke leefstijl. De dominante leefstijl in de gemeente is ingetogen aqua (33%), gezellig lime (20%) en groen (14%). Aqua inwoners wonen met name in de woonkern Castricum, lime en groene inwoners wonen met name in Akersloot en Limmen. Aqua staat voor mensen die bedachtzaam zijn, breed geïnteresseerd in cultuur en denken na over wat zij kunnen betekenen voor de maatschappij. Lime staat voor gezelligheid, (sportieve) ontspanning en letten op de kosten. Groen staat voor rustig, nuchter en serieus.

Identiteit Kustplaatsen

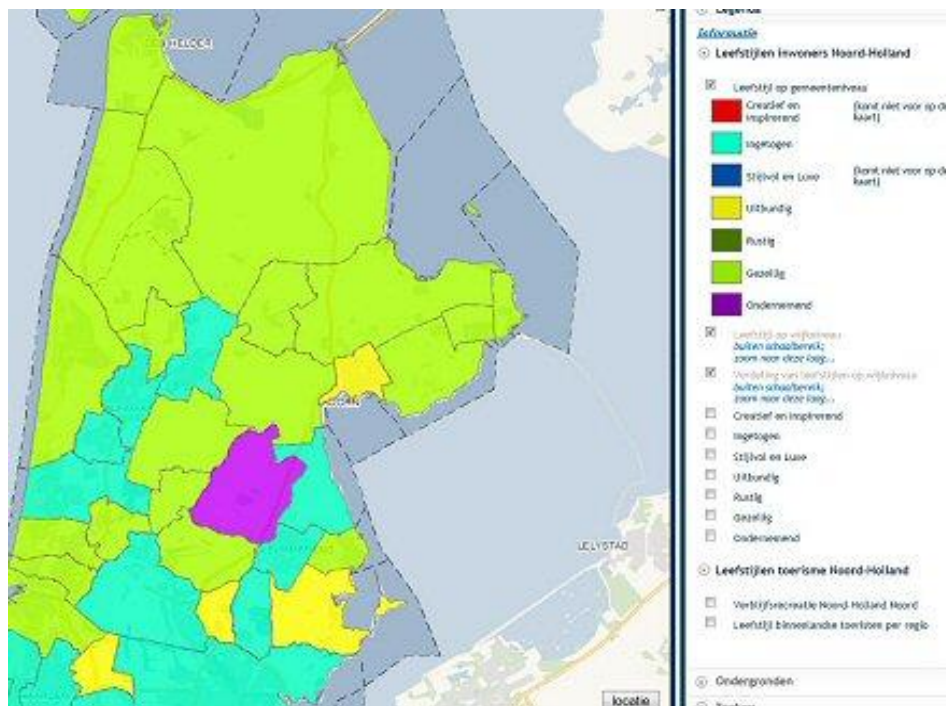
De provincie Noord-Holland heeft voor alle kustplaatsen een onderzoek uitgevoerd naar de identiteit. Doel van het onderzoek is dat de kustplaatsen zich op basis van hun identiteit onderscheiden van de andere kustplaatsen, zodat voor bezoekers een interessant en gevarieerd aanbod langs de kust van Noord-Holland ontstaat. De identiteit van een kustplaats moet zich vertalen in evenementen, (sport)activiteiten en het aanbod detailhandel, maar bijvoorbeeld ook in het ruimtelijke beeld dat een gemeente biedt aan bebouwing, wegen en groenstructuur. Voor het kustgebied van Castricum is een profiel ontwikkeld voor de woonkernen Castricum/Bakkum en voor Castricum aan Zee.

De woonkernen Castricum/Bakkum hebben zich de afgelopen decennia ontwikkeld tot forensendorpen. De bewoners zijn daar komen wonen om de stadse drukte te ontvluchten en de rust, het strand en de natuur op te zoeken. Aan de andere kant staat Castricum aan

Zee, waar de oudste en grootste camping van Nederland is gevestigd, Camping Bakkum. Mensen uit Amsterdam, de Zaanstreek en omstreken komen daar jaarlijks naartoe voor de mooie natuur, gezelligheid en vermaak. Beide gebieden zijn de afgelopen eeuw naast elkaar gegroeid: een forensendorp en een toeristische trekpleister naast elkaar. Het mengen van deze twee verschillende identiteiten tot één profiel bleek niet mogelijk.

De kernen Bakkum en Castricum onderscheiden zich vooral door het culinaire aanbod en de cultuurhistorische waarde. De kernen bieden een goede uitvalsbasis voor een dagje wandelen, een culinaire fietstocht of een diner in één van de goede restaurants. Castricum en omgeving hebben veel geschiedenis en cultureel erfgoed.

Het duingebied Castricum aan Zee onderscheidt zich vanwege de mooie natuur en het bekende gezellige karakter van de campings en de horeca in de duinen en op het strand. Bezoekers zijn hier op zoek naar de ouderwetse gezelligheid, die de bezoeker vaak zelf creëert op de camping.



Hoe houden deze projecten verband met elkaar?

In 2014 werkt de Stichting Promotie Heerlijkheid Castricum (SPHC) verder het marketingplan Heerlykhyd uit. De uitkomsten van de lokale projecten (leefstijlatlas en Identiteit Kustplaatsen) worden uiteraard meegenomen in de verdere uitwerking van het marketingplan. De uitkomsten van de leefstijlatlas en Identiteit Kustplaatsen zijn meegenomen in de actualisatie van het evenementenbeleid (nog in concept).

Bijlage 4

Uitwerking deelvisies

In deze bijlage geven we achtereenvolgens een uitwerking van onze visie op recreatie en toerisme voor:

- het strandgebied
- het duingebied
- het Alkmaarder- en Uitgeestermeer
- het stationsgebied
- het landelijk gebied en het Oer-IJ gebied
- de verblijfsaccommodatie
- de dag - en waterrecreatie.

Deelvisie Strandgebied

Samenvatting visie strand

Het strand van Castricum wordt het meest duurzame strand van Nederland.

Daarmee krijgt het strand een onderscheidende identiteit. Deze identiteit is terug te zien in alle bouwwerken en activiteiten. De verbinding tussen strand, dorpscentrum en station wordt verbeterd, zodat in het hoogseizoen strandrecreanten ook in de dorpskern komen en in het laagseizoen bezoekers in de dorpskern ook makkelijk het strand kunnen bezoeken. De strandopgangen aan weerszijden van het 'drukke' strand zijn rustig ook in het hoogseizoen.



Na Amsterdam is het strand de belangrijkste reden voor bezoekers om de provincie Noord-Holland te bezoeken. Strand en duingebied trekken jaarlijks veel recreanten. Wandelen en fietsen zijn populair onder bezoekers. Daarnaast trekt het gebied ook watersporters, (zee-) vissers, vogelliefhebbers en hardlopers/joggers.

In de gemeente zijn drie strandopgangen. Een van de opgangen is bereikbaar per auto en leidt naar het zogenaamde 'drukke strand'. De twee andere opgangen zijn lopend en per fiets bereikbaar. Deze stranden zijn rustiger en beschikken over minder faciliteiten. Het gaat dan om één strandpaviljoen op het meest noordelijke strand en bijvoorbeeld stallingsmogelijkheden voor de fietsen. Daarmee heeft de gemeente ook in het hoogseizoen een aanbod voor bezoekers, die prijs stellen op rust en ruimte.

Het 'drukke' strand beschikt over verschillende faciliteiten, namelijk auto- en fietsparkeerplaatsen, twee jaarrondpaviljoens op het strandplateau, vier jaarrondpaviljoens

op het strand, een paviljoen gedurende het zomerseizoen (april – september), een watersportcentrum en strandhuisjes gedurende het toeristisch seizoen. Het watersportcentrum biedt faciliteiten voor alle (strand)watersporten. Voor het watersportcentrum is op het strand en in het zeewater een sportzone ingesteld. Deze biedt mogelijkheden voor bijvoorbeeld beachvolleybal, voetbal, rugby, wind- en kitesurfen, catamaranzeilen en sportvissen. Het sportcentrum is momenteel een voorziening voor leden, maar wil zich in de toekomst meer richten op recreanten door bijvoorbeeld de verhuur van watersportmaterialen.

Uit de identiteit van Castricum aan Zee²⁴ blijkt dat deze vooral te vatten is met de woorden;

- ouderwets gezellig;
- ongecompliceerd
- harmonieus
- frisse neus en
- u roept, wij draaien.

Concrete plannen bestaan om de voorzieningen op het strand uit te breiden met een verblijfsaccommodatie (twaalf kamers), inclusief een strandwinkel op het plateau.

Ondernemers willen met elkaar de identiteit van het strand versterken en het daarmee nog aantrekkelijker maken voor bezoekers. De visie op de ontwikkeling van het strand hebben ondernemers verwoord in “CaanZee”, connecting the spots. Ondernemers pleiten ervoor om deze deelvisie uit te werken in een gebiedsvisie op het strandgebied. Daarin moeten alle projecten worden benoemd en beschreven, zodat duidelijk is welke projecten we willen uitvoeren om de visie op het strand te realiseren.

Ondernemers streven ernaar het meest duurzame en groene strand van Nederland (Green Beach) te worden. Strandpaviljoen Zoomers beschikt al over het Green Key-certificaat en de andere paviljoens willen dit certificaat in 2015 behalen. Het streven naar een duurzaam strand sluit goed aan bij de ambitie van de gemeente op het gebied van duurzaamheid en draagt bij aan een kwalitatief goed aanbod voor onze bezoekers.

Ondernemers en gemeente hebben een gezamenlijk belang in het aantrekken van bezoekers. De gemeente is daarbij verantwoordelijk voor de openbare ruimte en de ondernemers voor een aanbod dat (nieuwe) bezoekers aanspreekt en aantrekt. We vinden het belangrijk dat ondernemers onderling en ondernemers en gemeente goed met elkaar samenwerken om tot de gewenste identiteit van en innovatie op het strand te komen. Het opstellen van een gebiedsvisie zal daaraan bijdragen.

Beeldkwaliteit Strand:

De beeldkwaliteit van bebouwing op het strand en het strandplateau kenmerkt zich door gebruik van; vergrijsd hout; heldere en vergrijsde kleuren; strandgevoel door gebruik van strandaccessoires bijvoorbeeld parasols en luifels; elementen daarvan soms uitvergroot op een speelse manier; beleving van water; zichtbaar duurzaam. Wij willen een beeldkwaliteitsplan voor het strandgebied laten opstellen dat kan worden gebruikt voor het beoordelen van (ruimtelijke) initiatieven

²⁴ De provincie Noord-Holland voert het project 'Identiteit Kustplaatsen' uit. Onderdeel daarvan is het onderzoek naar het bezoekersprofiel per kustplaats. In oktober 2013 is dit onderzoek voor Castricum aan Zee afgerond.

Strand



Deelvisie Duingebied

Samenvatting toeristische visie duinen

Het duingebied is een uniek natuurgebied, dat van groot belang is voor recreatie. Recreanten moeten zich welkom voelen in het duin; ze moeten voldoende kunnen doen en beleven. Om tegemoet te komen aan de diversiteit van de vraag wordt meer kwaliteit, variatie en vernieuwing geboden in het aanbod van rustige en op de natuur gerichte recreatie. Samen met ondernemers wordt het bijzondere duingebied onder de aandacht gebracht. Tegelijkertijd wordt de natuur beschermd; in de aangewezen natuurzones is de toegang beperkt.



Voor wat betreft de visie op recreatie en toerisme in het duingebied sluiten wij ons grotendeels aan bij de visie van de PWN²⁵, zoals hierna beschreven.

In opdracht van de Provincie Noord-Holland beheert PWN het duingebied, waaronder het Noord-Hollands duinreservaat. De opdracht aan PWN is om de waterwinning te verzorgen, de natuur te beheren en recreatie te faciliteren. Het Noord-Hollands duinreservaat is één van de grootste natuurgebieden in Nederland en trekt zo'n 4 miljoen bezoekers per jaar. De PWN streeft bij recreatie naar veerkracht, gastvrijheid en duurzaamheid. Veerkracht betekent dat de duinen zichzelf in stand moeten kunnen houden met behoud van biodiversiteit. PWN wil het duin natuurlijk en open houden om zo veel mogelijk soorten planten en dieren de ruimte te geven. Daarbij helpt de PWN de natuur met projecten als stuivende duinen en schapenbegrazing.

Gastvrijheid betekent dat bezoekers zich welkom voelen in het duin. Dit wordt bepaald door wat bezoekers kunnen doen en beleven in het duin. Daarom zal de PWN meer kwaliteit, variatie en vernieuwing bieden in het aanbod van rustige en op de natuur gerichte recreatie. Natuur dichterbij de bezoekers brengen en een thema als gezondheid hoort daarbij. Plus meer samenwerken met ondernemers die dezelfde klanten hebben als de PWN. Samen het bijzondere van de duinen onder de aandacht brengen.

Duurzaamheid vertaalt zich in het samen laten gaan van waterwinning, natuur en recreatie. Om de kwetsbare natuur van de duingraslanden te beschermen heeft de PWN zonerings in het duingebied geïntroduceerd. In de zones bos, dorpen en recreatie zijn meer voorzieningen en activiteiten mogelijk. Daarnaast zijn er natuurzones, meest aan de westkant van het duingebied, met minder paden, zodat hier de natuur minder verstoord wordt. Voor erfgoed zijn er zones in de vorm van landgoederen en cultuurlandschappen rond oude dorpen. Binnen de zonerings gaat de PWN aan de slag met behoud van ruimtelijke kwaliteit. Het gaat dan om meer kleinschalige voorzieningen voor verschillende doelgroepen; meer speelnatuur, meer uitkijkpunten, versmallen van enkele brede paden, watertappunten bij enkele hoofdingangen, voorkomen van onderlinge hinder, nieuw evenementenbeleid en ontwikkelen van gezonde activiteiten in de buitenlucht en vernieuwing op het gebied van parkeren en toegang. Daarvoor is bijvoorbeeld al een app beschikbaar, waarmee een dagkaart kan worden gekocht. PWN onderzoekt de mogelijkheden voor het verkrijgen van een keurmerk voor gastvrije en duurzame recreatie.

²⁵ Beheernota PWN 2015-2025

Het duingebied is van groot belang voor toerisme en recreatie, maar ook voor een aantrekkelijk woonklimaat en een goed vestigingsklimaat voor bedrijven. Daarmee vertegenwoordigen de duinen ook een economische waarde en genereert het bedrijvigheid in en om het gebied. Het gaat dan bijvoorbeeld om campings, horeca, maneges en sportbedrijven. Tot slot vervullen de duinen een rol in zingeving.

Het duingebied is een belangrijke schakel in het totale recreatieve aanbod. We willen deze schakel beter verbinden met de andere recreatiemogelijkheden in de gemeente. Door de nadruk te leggen op de ontwikkeling van recreatie en toerisme in het voor- en naseizoen sluit de gemeente bovendien aan bij de doelen van PWN op het gebied van duurzaamheid.

Beeldkwaliteit Duinen:
De beeldkwaliteit van bebouwing in en rond het duingebied sluit aan bij de beeldkwaliteit voor het strand en kenmerkt zich door gebruik van; vergrijsd hout; heldere en vergrijsde kleuren; beleving van waterwinning en natuur op een speelse manier; zichtbaar duurzaam.

Duinen



Deelvisie Alkmaarder- en Uitgeestermeermeer

Samenvatting visie Alkmaardermeer

Rond het Alkmaardermeer zijn zones aangegeven, waarbinnen de commerciële activiteiten kunnen worden uitgebreid. Dit om het gebied aantrekkelijker te maken voor recreanten en het draagvlak voor het onderhoud van het gebied en het behoud van de bestaande voorzieningen te verbeteren.



Het Recreatieschap Alkmaarder- en Uitgeestermeer (RAUM) beheert het gebied voor de aangesloten gemeenten. De inkomsten van het RAUM staan onder druk en de kosten voor beheer blijven onveranderd. Het RAUM heeft daarom een nieuwe visie opgesteld, waarin ze aangeeft de bestaande structuren en mogelijkheden beter te willen benutten. Het RAUM heeft daartoe vier gebieden met ontwikkelingspotentieel onderscheiden, waarvan de volgende gebieden tot het grondgebied van de gemeente Castricum behoren:

1. **Akersloot:** jachthavens en recreatieterreinen in de noordwesthoek:
 - strandjes bij Klaas Hoorn- en Kijfpolder
 - einde weg naar het meer (bij de zeilvereniging ARZV)
 - terrein bij de pont Akersloot
2. **De Woudhaven:** jachthavens en het recreatieterrein in de noordoosthoek,
3. **De Stierop:** recreatiegebied aan de (zuid)oostzijde van het meer.

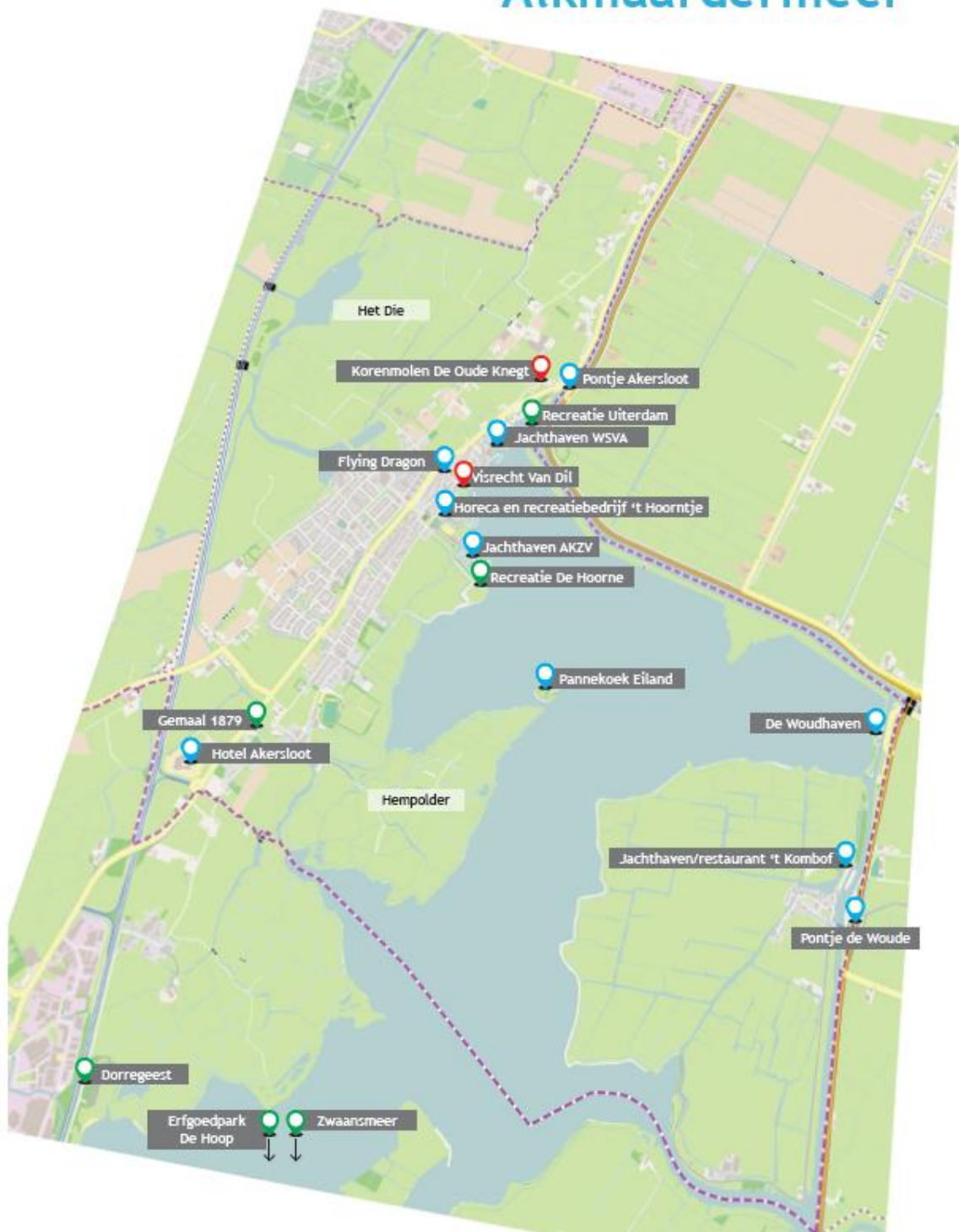
Het doel is in de aangewezen gebieden meer recreatiemogelijkheden te creëren voor zowel de watersporter als de recreant aan wal. Daarbij valt te denken aan watersportpassanten (zoals sloepenvaarders), fietsers, wandelaars en/of natuurliefhebbers. Het recreatieschap geeft niet tevoren de kaders voor mogelijke ontwikkelingen aan, maar doet een beroep op de creativiteit van ondernemers. Samen met ondernemers wil het schap een aantrekkelijk en samenhangend voorzieningenniveau realiseren. De uitbreiding van faciliteiten op bestaande recreatieve plekken kan de functie van deze plekken versterken. De ondernemer hoeft op die plaatsen bovendien niet van de grond af aan te beginnen, maar kan aansluiten op bestaande voorzieningen.

Versterking van de commerciële exploitatie kan bijdragen aan het verlevendigen van het gebied en de watersport aantrekkelijk houden.

Beeldkwaliteit Alkmaardermeer:

De beeldkwaliteit van bebouwing in en rond het Alkmaardermeer kenmerkt zich door: laagbouw, met gebruik van natuurlijke materialen en gericht op nautische ontwikkelingen. Voorzieningen moeten eenvoudig en robuust vorm gegeven zijn. Duurzame ontwikkelingen moeten gecombineerd worden met behoud van openheid en het natuurhistorische karakter van het landschap. Ingrepen op toeristisch gebied mogen geen afbreuk doen aan het rustieke streekeigen karakter. Aantasting van de oever met verstorende recreatieve functies moet worden voorkomen. Zichtbaar duurzaam zal terug moeten komen in alle gebieden.

Alkmaardermeer



Deelvisie Stationsgebied

Samenvatting visie stationsgebied

Het gebied rond het station is volop in ontwikkeling. Aan de westzijde van het station wordt een aantrekkelijke verbinding tussen station en duingebied gecreëerd. Daarnaast willen we beide zijden van het spoor via infrastructuur en activiteiten met elkaar verbinden, zodat het bestaande dorpscentrum en de nieuwe ontwikkeling aan de westzijde één geheel gaan vormen. Het huis van Hilde is daarbij één de trekkers (slecht-weer voorziening) voor bezoekers en vormt een schakel tussen dorp en duin. Het Huis biedt een podium aan verschillende culturele activiteiten. Andere trekker is het dorpscentrum; om aan te sluiten bij de behoefte van de recreant/toerist is het wenselijk dat in het dorpscentrum een compleet en compact winkel-/verblijfsgebied ontstaat.



De provincie stimuleert de ruimtelijke ontwikkeling voor wonen, werken en recreëren rondom de knooppunten van openbaar vervoer. Het station van Castricum is aangemerkt als één van de knooppunten langs de Zaancorridor waar ontwikkelingen in een straal van 2 kilometer rond het station kunnen plaatsvinden²⁶. Het doel is om de trein beter te benutten als vervoermiddel. Het gaat dan met name om vervoer buiten de spits en vervoer tegen de spits in. Achterliggende gedachte is dat de Metropoolregio Amsterdam zich dan verder kan ontwikkelen en ook in de toekomst aantrekkelijk blijft als vestigingsplaats voor internationale bedrijven. Wij sluiten aan bij deze doelen door in te zetten op de ontwikkeling van cultuur en recreatie naast het station. Door op de huidige sport- en recreatiefaciliteiten voort te bouwen kan het gebied uitgroeien tot een recreatief centrum voor de regio.

Een goed voorbeeld daarvan is het Huis van Hilde. Dit is een provinciaal archeologisch informatiecentrum, dat nu goed bereikbaar is met de trein en de auto. In het Huis van Hilde worden de archeologische vondsten uit de provincie Noord-Holland van de vroege prehistorie tot en met de Tweede Wereldoorlog beleefbaar gemaakt; opslag van archeologische vondsten wordt gecombineerd met informatie over archeologie. Met de komst van het Huis van Hilde heeft de gemeente Castricum er een publiekstrekker en slecht-weer voorziening bij. Het aantal geschatte bezoekers voor het eerste jaar (2015) lag aanvankelijk tussen de 20.000 en 25.000 bezoekers maar dat aantal wordt (ruim) overschreden. Het Huis van Hilde biedt ook een podium aan culturele activiteiten. Het gaat dan om activiteiten die te maken hebben met de rijke culturele- en historische geschiedenis.

De vestiging van het Huis van Hilde draagt bij aan de levendigheid in het gebied. Deze kan versterkt worden door een goede verbinding met het dorpscentrum. Mensen, die het Huis van Hilde bezoeken moeten op een logische en makkelijke wijze verleid worden om het winkelgebied te bezoeken. Voorwaarde is dan wel dat ook het winkelaanbod in het dorpscentrum aansluit bij de behoefte van bezoekers. Op dit moment heeft het historische

²⁶ Visies op de ontwikkeling van Castricum langs het spoor zijn opgenomen in 'Onder weg' vijftien ontwerpen voor Transit Oriented Development (TOD) aan de Zaancorridor.

dorpscentrum van Castricum al een toeristische functie met een niet-dagelijks aanbod en horeca. De kern van het winkelgebied ligt bij het Bakkerspleintje/Dorpsstraat. Deze functie van winkelhart wordt versterkt door de daghoreca op het 'Horecapleintje' aan de Dorpsstraat. Bezoekers worden daarmee gestimuleerd om langer in het gebied te verblijven. Het aanbod is al gericht op funshoppen, levendigheid en recreatief en/of doelgericht winkelen in het hoogwaardige en exclusieve segment (aansluitend bij de sociaal-economische kenmerken van de bevolking). De branches Wonen en Kleding & Mode zijn relatief sterk vertegenwoordigd. De winkelstructuur in het Dorpscentrum is nog niet optimaal. Gezien de huidige trends en met name de verwachting dat tot 2020 circa 20-25% van het winkelvloeroppervlak is verdwenen, is concentratie een voorwaarde voor een toeristisch aantrekkelijk en gezond winkelgebied.



Castricum kan in de toekomst een belangrijkere functie vervullen voor mensen die vanuit Amsterdam en de Zaanstreek komen recreëren. Dat vereist wel dat de recreatieve voorzieningen bij de duinen worden verbeterd en uitgebreid en dat de ligging nabij de duinen wordt versterkt. Dit kan door bestaande doorzichten op de duinen te verbeteren, nieuwe te creëren en het duinlandschap richting het dorp uit te breiden. Het station kan echt een toegangspoort tot het landschap worden, als de wandel- en fietspaden en de routeaanduidingen naar de duinen verbeteren en als er - in ieder geval in de zomer - een goede OV-verbinding naar het strand komt.

De ontwikkeling van het station als knooppunt en als Toeristisch Overstap Punt (TOP) versterkt de behoefte om de gebieden aan de west- en oostzijde van het station beter met elkaar te verbinden. We sluiten daarbij aan bij een programma van Pro Rail om de doorgang van stations te verbeteren. De verwachting is dat een moderne, brede en aantrekkelijke doorgang onder het station Castricum uiterlijk in 2018 wordt gerealiseerd. Om de aansluiting tussen station en winkelgebied vervolgens te verbeteren wordt ook nagedacht over een nieuwe inrichting van de Mient.

De recreatieve functie van het gebied kan versterkt worden door de vestiging van een recreatiepark op de Zanderij. De gemeente heeft hiervoor een aanvraag ontvangen. De besluitvorming over deze aanvraag loopt.

Beeldkwaliteit Stationsgebied:

De beeldkwaliteit van bebouwing in en rond het stationsgebied kenmerkt zich door: gebruik van materialen en objecten die ervoor zorgen dat je rond het station al het gevoel van duinen, zee en strand krijgt. Het kan daarbij gaan om foto's, maar ook het gebruik van vergrijsd hout, zand en water. Zichtbaar duurzaam zal terug moeten komen in alle gebieden.

Station e.o.



Deelvisie Landelijk gebied en Oer-IJ

Samenvatting visie Landelijk gebied en Oer-IJ

Behoud van het unieke landschap, maar wel ontwikkelingen toestaan die de kwaliteit van het gebied ten goede komen. We houden daarbij rekening met diverse belangen (recreanten, agrariërs en natuurorganisaties). Bij het versterken van de kwaliteit van het gebied maken we het gebied toegankelijk, maken we ons erfgoed zichtbaar en gebruiken we water om de kenmerken van het gebied te versterken.



De identiteit van Castricum wordt mede bepaald door de ligging nabij zee, Oer-IJ-binnendelta, strandwallen en veenweidegebieden rond het Alkmaardermeer. Met uitzondering van het duingebied valt de gemeente Castricum binnen het nationaal landschap 'Laag Holland'.

Het open en gevarieerde landschap, met bijzondere weidevogelgebieden, draagt bij aan het welbevinden van de inwoners en bezoekers en het aantrekken van recreanten en toeristen. De uitdaging is het vinden van de goede balans tussen behoud van landschapskwaliteiten en het stimuleren van de economie ofwel behoud van het unieke landschap zonder het op slot te zetten.

Uitgangspunt is 'ontwikkelen met kwaliteit'. Landschap, cultuurhistorie/archeologie, ecologie en watersysteem fungeren daarbij als belangrijke onderleggers.

In het verlengde van cultuurhistorie is het behoud van erfgoed van belang. Hiervoor is de Erfgoednota het uitgangspunt.

Belangrijke partners bij instandhouding en ontwikkeling van het buitengebied zijn agrarische bedrijven en terreinbeherende organisaties. Landbouw – in onze gemeente met name melkveehouderij en bollenteelt - is de belangrijkste drager van het landschap, ook in economische zin. Het gebruik door agrarische bedrijven staat centraal en bepaalt mede het landschap.

De landbouwsector krijgt ruimte voor agrarische ontwikkeling²⁷, waarbij innovatie en verduurzaming van de bedrijfsvoering van groot belang zijn voor de toekomstbestendigheid van de bedrijven. Op plaatsen waar het landschap beperkingen oplegt aan de sector bestaan kansen voor verbreding. Ook buiten de agrarische bedrijfsvoering.

Oer-IJ

Het Oer-IJ gebied is een open gebied dat globaal ligt tussen de steden Haarlem, Alkmaar, Zaanstad en Amsterdam. Ruim voor de jaartelling begon was dit een uitgestrekt landschap met zandplaten, kwelders en krekens. De meest noordwestelijke vertakking van de Rijn (het Oer-IJ) stroomde hier doorheen en mondde uit bij Castricum aan Zee. De Schulpvaart en de Hendriksloot zijn voorbeelden van restanten van het oude krekensysteem.

Begin 2014 is een bewonersinitiatief gestart om op termijn te komen tot de (EGN/Unesco)status van Geopark Oer-IJ. Het initiatief is kansrijk, er is geen vergelijkbaar Geopark met het kust- en deltalandschap als thema.

De stichting Oer-IJ stelt zichzelf drie doelen:

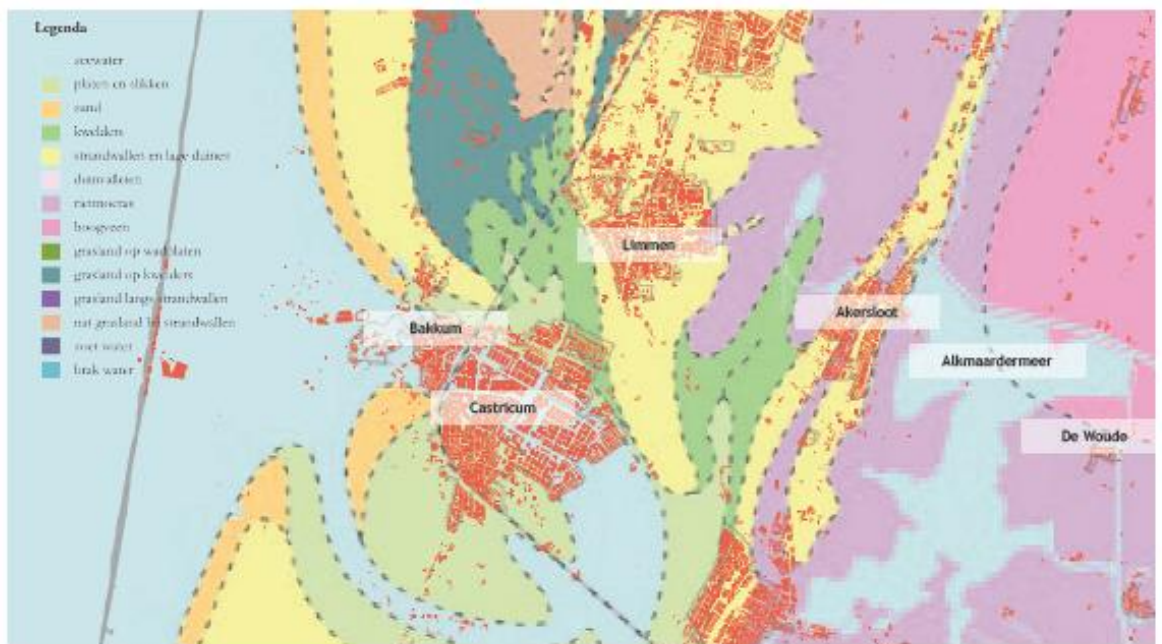
²⁷ De ontwikkeling moet passen binnen de Kadernota buitengebied inclusief het beeldkwaliteitsplan voor het buitengebied en binnen het bestemmingsplan Buitengebied.

1. Het verhaal van het gebied Oer-IJ ontsluiten, tot leven brengen en overdragen. De ontwikkeling en dynamiek van het Noord-Hollandse kustlandschap is een boeiend verhaal. Bewoners en bezoekers krijgen meer begrip voor het gebied als zij weten hoe dit gevormd is onder invloed van de Rijn en de Noordzee.
2. Het gebied Oer-IJ inzetten als bindend gebiedsconcept voor ondernemers in het landschap en toerisme in de regio. Door het Oer-IJ centraal te stellen in de promotie van het gebied ontstaat een sterke identiteit die het gebied verbindt met het aantrekkelijke kustlandschap. Kortom: het gebied Oer-IJ als instrument voor gebiedsbranding en toegevoegde waarde in het toeristisch aanbod.
3. Bijdragen aan de ruimtelijke ontwikkeling en inrichting van het landschap op basis van het gebiedsconcept van het Oer-IJ. Door bij aanleg van nieuwe woon- en werkgebieden, wegen en waterprojecten, rekening te houden met de unieke eigenschappen en kenmerken van het Oer-IJ landschap, kunnen betere plannen worden gemaakt en kan het landschap van het Oer-IJ worden versterkt.

Het Oer-IJ en het landelijk gebied kunnen rekenen op een kwaliteitsimpuls. Het gaat dan om het vergroten van de toeristisch-recreatieve waarde van bestaande (thema) fiets-, wandel- en kanoroutes. Dit in combinatie met de ontwikkeling van sportieve mogelijkheden en het zichtbaar maken van aantrekkelijke onderwerpen langs de routes.

Beeldkwaliteit Landelijk gebied en Oer-IJ:
De beeldkwaliteit voor het buitengebied is uitgebreid beschreven in het Beeldkwaliteitsplan Buitengebied Gemeente Castricum (2010), dat mede het toetsingskader vormt bij het beoordelen van ruimtelijke initiatieven en plannen.

Landelijk gebied & Oer-IJ



Deelvisie Verblifaccommodatie

Samenvatting visie Verblifaccommodatie

In de gemeente is een gevarieerd aanbod van grote en kleine campings met verschillende profielen. Het aantal hotels, Bed & Breakfasts en recreatiewoningen is nog beperkt. Om aan te sluiten bij de groeiende groep toeristen, die op zoek is naar gemak en comfort, is uitbreiding van deze vormen van verblifaccommodatie gewenst.



In dit hoofdstuk geven we een schets van de bestaande verblifaccommodatie. Vervolgens vergelijken we de bestaande voorzieningen met de trends en ontwikkelingen (Hoofdstuk 4). Met andere woorden sluiten onze voorzieningen nog aan bij de wensen van de bezoekers nu en in de nabije toekomst.

In de gemeente is een divers aanbod aan verblijfsmogelijkheden. In totaal gaat het om (situatie aanvang 2015):

- 2.654 kampeerplaatsen
- 262 hotelkamers
- 43 bed & breakfasts
- 409 vakantiewoningen (inclusief strandhuisjes)²⁸.

Een relatief groot deel van de verblifaccommodatie is gevestigd in of tegen de duinrand. Grote trekker voor de gasten is de nabijheid van strand en zee.

Hierna gaan we in op de diverse vormen van verblifaccommodatie.

Campings

De campings zijn in de gemeente sterk vertegenwoordigd. Het merendeel van de campings is geopend in de periode 15 maart tot en met 31 oktober. Alleen camping de Boekel biedt de mogelijkheid om jaarrond te kamperen. Uitgangspunt bij de campings is dat deze zoveel mogelijk opgaan in het landschap.

De gemeente telt twee grote campings, namelijk de campings Bakkum en Geversduin. Camping Bakkum is de oudste camping van Nederland en bestaat ruim 100 jaar. Van oudsher trekt de camping inwoners uit Amsterdam van Jordanese gezinnen tot Yuppen. Camping Bakkum staat voor nostalgie, vrijheid, creativiteit en bewegen. Dit laatste vooral in verband met het watersportcentrum dat sinds 2014 op het 'drukke' strand is gevestigd. Comfort en beleving worden de komende jaren op een hoger niveau gebracht, zowel voor de seizoensplaatsen als voor het toeristische gedeelte. Op camping Bakkum komen 20 nieuwe accommodaties, die samen met de omgeving worden aangepast aan de drie thema's strand, duinen en bos. Verder investeert de camping in een binnenspeeltuin en een groepsaccommodatie waar meerdere generaties welkom zijn. De camping heeft de wens jaarrond te exploiteren²⁹, de nieuwe faciliteiten sluiten daarbij aan. Het openluchttheater De Pan wordt meer betrokken bij het ontspanningsplein en zal een uniek cultureel centrum worden voor de hele omgeving. Camping Bakkum sluit aan bij de behoefte van mensen aan comfort, authenticiteit en saamhorigheid.

²⁸ Zie de bijlage 2 voor een compleet overzicht van de verblifaccommodaties en aantal overnachtingen.

²⁹ Jaarrondexploitatie is nu in het bestemmingsplan niet toegestaan.

Camping Geversduin onderscheidt zich op het gebied van duurzaamheid. 'Reuse, reduce & recycle' is het motto van de camping. Recreatie in combinatie met de natuur vormt de leidraad. Camping Geversduin richt zich op jonge gezinnen en zal daarvoor de komende jaren een indoor-speelparadijs realiseren en een gedeeltelijk overdekte speelvijver. Zowel campinggasten als bezoekers uit de omgeving zijn daar welkom. Daarnaast richt de camping zich op stellen en enthousiaste ouderen. Hiermee zoekt de camping aansluiting bij gasten die op zoek zijn naar natuurbeleving in een duurzame omgeving.

De kleinschalige (boeren)campings zijn met name gericht op gasten die rust en ruimte zoeken tegen een schappelijke prijs. De ene camping richt zich meer op gezinnen, met kinderen, die het leuk vinden om mee te kijken in het agrarische bedrijf. Andere campings zijn meer gericht op oudere echtparen, die met camper of caravan het kustgebied bezoeken. Enkele campings in de gemeente hebben speciale camperplaatsen aangelegd. Dit geldt bijvoorbeeld voor camping Bakkum en camping De Tien Morgen. Er zijn geen plannen om in de openbare ruimte nieuwe, aanvullende camperplaatsen aan te leggen. De kleinschalige (boeren)campings hebben aangegeven, dat zij niet jaarrond willen exploiteren. Mogelijk is het aantrekkelijk om in de winter de camping een of twee weken open te stellen als daarmee aangesloten kan worden bij een (grootschalig) winterevenement³⁰.

Hotels

Het aantal hotelkamers in de gemeente is beperkt. In de dorpskernen Bakkum en Castricum zijn drie kleinschalige hotels gevestigd met 12 tot 25 kamers. Hotel Van der Valk in Akersloot is met 210 kamers een stuk groter. Daarnaast is een vergunning verleend voor de vestiging van een nieuwe verblijfsaccommodatie met twaalf kamers op het strandplateau.

De hotels richten zich op verschillende marktsegmenten met een eigen prijs/kwaliteit verhouding. Hotel Borst ontvangt bijvoorbeeld veel Nederlandse toeristen (stellen en vriendengroepen), die voor een of twee dagen in ons gebied komen fietsen. Hotel Het Oude Raadhuis ontvangt bezoekers met een zakelijk en toeristisch motief, deze bezoekers komen uit alle delen van de wereld. Hotel Huize Koningsbosch richt zich eveneens op een hoger segment.

Hotel Van der Valk richt zich zowel op gasten met een zakelijk als een toeristisch motief en profileert zich als uitvalsbasis voor een bezoek aan verschillende plaatsen in Noord-Holland.

Bed & Breakfast-accommodatie

De Bed & Breakfast-accommodatie in de gemeente is over het algemeen zeer kleinschalig met een of twee kamers. Het beleid en de bestemmingsplannen van de gemeente bieden wel ruimte voor inwoners, binnen en buiten de bebouwde kom, om een Bed & Breakfast te starten.

Landelijk is de "airbnb" in opkomst. Het kan daarbij gaan om een heel divers aanbod, van een kamer met ontbijt, tot een caravan of een heel huis. De verhuur van huizen draagt bij aan een divers aanbod voor bezoekers en zorgt ervoor dat met name in het hoogseizoen de bestedingen in de gemeente niet afnemen. We gaan ervan uit dat het hier gaat om beperkte verhuur gedurende een korte periode. We volgen deze ontwikkeling en gebruiken de websites om de verhurende partij te informeren over de afdracht van toeristenbelasting. Het is niet toegestaan om een reguliere woning het hele jaar door op deze wijze te verhuren.

³⁰ Openstelling van de campings in de winter is op basis van het bestemmingsplan nu niet toegestaan.

Recreatiewoningen

Het aanbod van recreatiewoningen is heel divers. Het gaat dan om:

- recreatiewoningen achter een woonhuis;
- twee kleinschalige parken in Limmen, die met name gebruikt worden als tweede woning;
- de strandhuisjes;
- recreatiewoningen op de campings (blok- en trekkershutten en tenthuisjes).

Sluit het aanbod aan op de vraag?

Het aanbod aan recreatiewoningen is in de gemeente nog beperkt. Bezoekers zoeken in toenemende mate comfort en gemak. Ruime recreatiewoningen, die voorzien zijn van alle gemakken³¹, kunnen in deze behoefte voorzien. Met name gezinnen met (jonge) kinderen zijn op zoek naar dit aanbod.

Voor uitbreiding van het aanbod aan recreatiewoningen zien we met name mogelijkheden op het strand en op de campings. Wellicht kunnen de strandhuisjes in deze behoefte een rol vervullen. Daarnaast is de landelijke ontwikkeling, dat de vraag naar kampeerplaatsen afneemt. Wellicht kan in de toekomst een deel van deze kampeerplaatsen worden omgezet naar recreatiewoningen. Naast recreatiewoningen zou in de behoefte van de gezinnen kunnen worden voorzien met de vestiging van een appartementen(complex).

De behoefte aan comfort en gemak is ook van toepassing op het kamperen. Mensen zijn op zoek naar kwalitatief goede kampeerterreinen, mogelijk gecombineerd met andere vormen van hoogwaardige verblijfsrecreatie. Extra trekker daarbij kan zijn innovatie in vormen van verblijf, zoals een boomhut of een drijvend vakantiehuis.

Plannen voor modernisering, innovatie, uitbreiding of herinrichting van verblijfsaccommodaties, die leiden tot een duidelijke kwaliteitsverbetering worden zoveel mogelijk gestimuleerd. De gemeente zal dit waar mogelijk faciliteren.

Beeldkwaliteit Verblijfsaccommodatie:

De beeldkwaliteit van toekomstige verblijfsaccommodatie kenmerkt zich door: een uitwerking van het (recreatie)terrein en de accommodatie die aansluit bij het gebied en de cultuurhistorie, waarin het gerealiseerd wordt. De (recreatie)terreinen en campings gaan zoveel mogelijk op in het landschap, hebben groene randen met gebiedseigen beplanting en zijn (zichtbaar) duurzaam.

³¹ Projectontwikkelaar Arcus heeft bijvoorbeeld in februari 2015 aangekondigd om te investeren in 7 bestaande en nieuwe vakantieparken (Roompot) in Zuid-Holland en Zeeland om tegemoet te komen aan de vraag van gasten naar luxe en gemak. Nieuwe bungalows, lodges en chalets vervangen ook deels kampeerplekken.

Deelvisie Dag- en waterrecreatie

Samenvatting visie Dag- en waterrecreatie

Gekozen is voor lopen, fietsen en waterrecreatie als focus voor ontwikkeling. Daarmee sluiten we aan bij de favoriete activiteiten onder dagrecreanten. Om aan te sluiten bij de wensen van bezoekers (en inwoners) moet het aanbod van goede kwaliteit zijn. Het aanbod kan nog uitgebreid worden en zo mogelijk geschikt gemaakt voor multifunctioneel gebruik. Verder is onderlinge verwijzing en afstemming van de activiteiten belangrijk voor de zichtbaarheid van het aanbod



Bij dagrecreatie gaat het om recreatieve activiteiten die op de dag plaatsvinden. Ons gebied biedt veel recreatieve mogelijkheden, die goed aansluiten bij de behoefte van de recreant. In 2013 zijn de volgende uithuizige vrijetijdsactiviteiten onderscheiden, in volgorde van populariteit.

Activiteit	Aandeel	Activiteit	Aandeel
Buitenrecreatie ³²	24 %	Watersport	4 %
Sport	17 %	Cultuur	3 %
Winkelen voor plezier	15 %	Bezoek evenementen	3 %
Verenigingsactiviteiten en hobby's	13 %	Bezoek sportwedstrijden	2 %
Uitgaan ³³	11 %	Wellness	2 %
Bezoek attracties	6 %		

Van een aantrekkelijk aanbod in dagrecreatie hebben zowel onze gasten als onze eigen inwoners profijt. Gasten en inwoners verwachten, een innovatief en goed toegankelijk aanbod met ruime parkeergelegenheid, groenvoorzieningen, bewegwijzering, toiletten, speelvoorzieningen, voldoende afvalbakken en voldoende eet- en drinkgelegenheden.

Specifiek voor het funshoppen is het van belang om (kleine, lokale) winkels in stand te houden en toe te voegen, gecombineerd met daghoreca. Op deze manier verblijven bezoekers langer in het winkelgebied en komen zij vaker terug.

Op het gebied van dagrecreatie biedt de gemeente verder diverse kleinschalige musea en voorzieningen, die de bezoeker kunnen binden. Het gaat dan bijvoorbeeld om; Huis van Hilde, de Hoep, Tuin van kapitein Rommel, Strandvondstenmuseum, Hortus Bulborum, Kartworld, het Gemaal 1879, zwembad en bioscoop.

Er is ruimte om hieraan enkele dagrecreatieve voorzieningen toe te voegen, die passen bij het karakter van de dorpskernen. Voor het totale aanbod geldt dat deze beter zichtbaar gemaakt moet worden door:

- te verwijzen naar elkaar en naar elkaars activiteiten,
- activiteiten op elkaar af te stemmen, zodat deze niet tegelijkertijd plaatsvinden en
- arrangementen te maken van het aanbod.

³² Bij buitenrecreatie, als vorm van dagrecreatie, zijn met name het wandelen, fietsen en toertochtjes met de auto populair.

³³ Bij het uitgaan gaat het met name om uit eten gaan en bar- en cafébezoek.

Buitenrecreatie

De gemeente kiest voor het uitbouwen van zijn positie als wandel- en fietsgemeente. Dit sluit aan bij het uitgestrekte netwerk van goed verzorgde en veilige fietspaden in de gemeente en het ons omringende gebied. Dat willen we zo houden en waar mogelijk verbeteren. De bewuste keuze voor fietsen en lopen voorkomt dat de natuur te zwaar wordt belast.

Fietsen

Op fietsgebied zijn er verschillende nieuwe ontwikkelingen. Fietsen worden sneller en breder, zoals bijvoorbeeld de bakfiets. De daling van de prijs van de elektrische fiets maakt de fiets aantrekkelijk voor meerdere gebruikers, naast ouderen zullen ook jongeren in toenemende mate gebruik maken van de e-fiets. De e-fiets wordt niet alleen gebruikt als sportief beweegmiddel maar ook als comfortabel vervoermiddel naar werk en school. Ook het mountainbiken en wielrennen neemt toe.

De gemeente anticipeert op deze ontwikkeling van snellere en bredere fietsen door in te zetten op bredere fietspaden; één baan voor het langzame trapverkeer en de andere voor de snellere fietsers.

Ook willen we de bestaande sportparken koppelen aan fiets-, wandel- en trimpaden. Dit om sporters steeds de keuze te geven tussen binnen- of buitensport en binnen of buiten verenigingsverband. De nu nog letterlijk omheinde sportfaciliteiten in de gemeente zullen we meer vormgeven uitgaande van multifunctioneel gebruik en als centrum van sportbeleving. Bij iedere ontwikkeling op dit gebied stellen we multifunctioneel gebruik voorop. Het wandel- en fietsgebied wordt daarmee groter. Door deze manier van kijken profiteren niet alleen gasten van ons gebied, maar vooral de inwoners.

We bevorderen daarmee een gezonde levensstijl door het gebruik van de fiets te vergemakkelijken en het gebruik van de auto te ontmoedigen. Verder willen we het fietsen voor bezoekers en inwoners veiliger, interessanter en leuker maken met nieuwe technologische oplossingen. Nu promoten we op het gebied van duurzaamheid het gebruik van zonnepanelen, straks voegen we daar het gebruik van de fiets aan toe. De platforms die nu het gebruik van zonne-energie bevorderen kunnen op dezelfde wijze de duurzaamheid van de fiets onder de aandacht brengen.

Met dit doel voor ogen geven we ondernemers de ruimte om bij te dragen aan het gebruik van de fiets in de gemeente. Het gaat dan om kwalitatief goede fietsverhuur en –stalling op centrale plaatsen in de gemeente, zoals bij het station, hotels, en campings. Zowel traditionele fietsen, e-fietsen en fietsen met kinderzitjes c.q. bakfietsen al of niet met stoelen moeten in de verhuur een plaats krijgen. Ook aan het stallen van fietsen in de openbare ruimte wordt aandacht besteed. Mensen willen niet graag dat hun dure gestalde e-fiets na bezoek aan een interessant object verdwenen is.

Ook zullen op meer locaties oplaadpunten moeten komen, bijvoorbeeld bij winkels, horeca, campings en bezienswaardigheden. Maar ook kunnen we nieuwe producten en diensten voor recreatief fietsgebruik ontwikkelen. Van de vertrouwde routekaart naar handzame kaarten en apps met een recreatieve en commerciële functie. Hierin willen we gezien onze positionering richting fietsers toonaangevend worden.

Lopen

Je kunt langzaam of snel lopen, in je eentje of in gezelschap. De basis voor het lopen is in alle gevallen een aantrekkelijke omgeving met goede loopfaciliteiten.

Om de uitstraling van de loop- en wandelroutes in de gemeente een eigen karakter te geven, en zo onderscheidend vermogen, kiezen we voor schelpenpaden waar dat mogelijk is. Naast deze schelpenpaden komen op sommige plekken bewegingsvormen, die mensen uitnodigen tot bewegen en zelfs tot intensieve sportbeoefening kunnen leiden. We willen het wandelen spannender maken en daardoor het gebruik intensiveren. Bijvoorbeeld door de aanleg van het langste schelpenpadnetwerk van Europa en het verbinden van mooie paden langs bezienswaardigheden of uitkijkpunten, waaronder de waterberging langs de Zeeweg, het open gebied bij de entrees van Limmen en Castricum, kruispunt Zeeweg en N203, de entrees van de duinen, de nog aan te brengen verbinding tussen het Koekoek in Limmen en de route naar Egmond. Verder denken we aan een 'achtje' rond Castricum en Limmen, langs de meest natuurrijke stukken van onze gemeente. We hebben hierbij de medewerking van onze agrariërs nodig, maar agrariërs met een boerencamping hebben hier ook belang bij. Immers 'lopers' zijn minder zomer seizoen afhankelijk dan gasten met een meer passieve inslag.

Bij Rijk en Provincie zullen we aandringen op investeringen in onze regio, die de groei van het fietsen en lopen bevorderen.

Waterrecreatie

In de gemeente willen wij de kwaliteit van de jachthavens en het omringende gebied verbeteren en initiatieven van ondernemers op dit terrein waar mogelijk faciliteren. Het gaat dan om het faciliteren van ontwikkelingen in gebieden waar al reuring aanwezig is. Relatief stille gebieden willen we koesteren, zodat een balans ontstaat tussen economie en ecologie. De watersporter hecht waarde aan inspirerend vaarwater, maar ook aan een uitnodigend achterland, dat te voet, per fiets of met openbaar vervoer te ontdekken is. De waterrecreant heeft dan ook met minder goed vaarweer voldoende recreatiemogelijkheden. Dit sluit aan bij ons streven naar seizoensverlenging.

Daarnaast heeft 'ontzorging' in de watersport aan belang gewonnen. De veelal oudere watersporter besteedt vaker het onderhoud uit. Het faciliteren van watersportbedrijven, die voorzien in onderhoud en reparatie, draagt bij aan de werkgelegenheid.

Er is een doelgerichte strategie nodig om de mogelijkheden bij een groter publiek onder de aandacht te brengen. De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het water en de havens is daarbij een aandachtspunt.

Beeldkwaliteit Dag- en Waterrecreatie:
De beeldkwaliteit van dagrecreatie sluit aan bij de leefstijl 'Ingetogen aqua', rustig, inspirerend en aansluiting bij kunst en cultuur vormt daarvoor het uitgangspunt. Voor activiteiten op het gebied van dagrecreatie gelden de kwaliteitscriteria van het merk Heerlykhyd (zie bijlage 3.)
De beeldkwaliteit van Waterrecreatie kenmerkt zich door: speelse watervijvers, robuuste aanlegsteigers en een zichtbaar duurzame uitstraling, passend bij unieke kwaliteiten van het gebied.