

Gemeente Edam-Volendam

Toeristische visie Edam-Volendam

Op weg naar meer kwaliteit



Inhoud

1. Inleiding	3
Aanleiding	3
De stappen naar de stip aan de horizon	4
Proces en leeswijzer	5
2. Samenvatting	6
3. Kaders	7
Relevante gemeentelijke en regionale kaders	8
Resultaten online enquête	15
4. Visie	17
Uitgangspunten	18
Visie - wat?	20
Visie - waar?	22
Visie - voor wie?	23
Visie - hoe?	26
• Rol en taken gemeente	26
• Rol en taken ondernemers	31
Visie - met wie?	31
5. Ambitie	32
6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen	37
Edam kaasstad - verbeteren en vernieuwen	39
Folklore & nostalgie in Volendam zichtbaarder maken	41
Edam, Volendam en Zeevang aan het water beter benutten	43
Samenwerken in en om Edam-Volendam	45
Zet nieuwe media in	47
Bijlagen	50
Bronnen en betrokkenen	51
Uitgebreide resultaten online enquête	55
Confrontatiematrices Edam en Volendam	64
Beeldverhaal openbare ruimte Volendam	67
Colofon	69

1. Inleiding

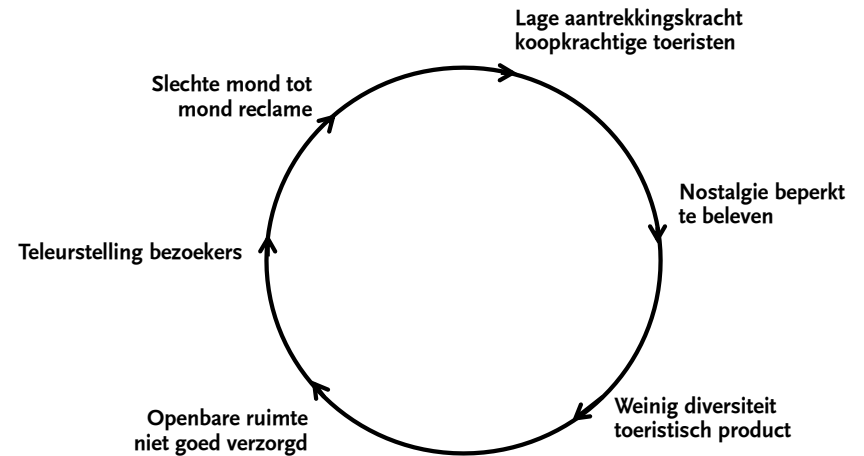
Aanleiding

Het oude vissersdorp Volendam, met zijn haven en de klederdracht, en het Zuiderzeestadje Edam, met de kaas, hebben een grote betekenis als het gaat om het aantrekken van bezoekers. Vanaf januari 2016 maakt ook de gemeente Zeevang (hierna genoemd Zeevang) deel uit van de gemeente Edam-Volendam. Met haar open en waterrijke veenweidelandschap en kleinschalige dorpen is Zeevang een interessante aanvulling op het toeristische aanbod van Edam en Volendam. Inmiddels heeft Volendam er met de komst van de huidige generatie musici nog een 'attractie' bij gekregen die voor een nieuwe bezoekersstroom zorgt. Echter, in Volendam lijkt qua omvang bezoekers, ook gecombineerd met het type bezoeker, de kritische grens bereikt. Het woonplezier van de bewoners in het toeristische gebied van Volendam staat sinds enige tijd onder druk. Het is dus tijd om sturing te geven aan de focus van de toeristische ontwikkelingen. Dit begint met het tegen het licht houden van het bestaande toeristische product van Edam-Volendam.

De vicieuze cirkel van Volendam

Een belangrijke voorwaarde voor het promoten van een plaats is dat het (toeristisch) product op orde moet zijn. In sommige gevallen is het bestaande product niet voldoende op orde, waardoor het promoten van de plaats bemoeilijkt wordt.

We hebben de hiernaast afgebeelde (vicieuze) cirkel geschetst om te verduidelijken met welk probleem Volendam te maken heeft. Om deze vicieuze cirkel te doorbreken, is meer nodig dan alleen het promoten van het huidige 'product Volendam'. Het product Volendam moet enerzijds worden verbeterd en anderzijds worden vernieuwd om beter aan te sluiten bij de behoeften en wensen van de huidige en toekomstige bezoekers. Hierdoor zal de aantrekkelijkheid van Volendam toenemen en wordt de kans vergroot om het aantal bezoekers te



consolideren en om een nieuwe type bezoeker voor Volendam te interesseren. Met de kansrijke projecten van het uitvoeringsprogramma beogen we een begin te maken met het doorbreken van de vicieuze cirkel.

Edam heeft betreffende de fysieke kant van het toeristisch product duidelijk minder problemen. Het stadje is vooral een mooi decor. Dit geldt ook voor Zeevang dat met zijn oer-Hollandse landschap met name een aantrekkelijk gebied is voor fietsers en wandelaars. Echter, voor het trekken van meer bezoekers en hen langer vasthouden, moet er voor de bezoekers meer te doen en/of te zien zijn. Ook hiervoor doen we voorstellen in het ideeënprogramma.

1. Inleiding

De stappen naar de stip aan de horizon

Wij zien het als onze taak om trekker te zijn voor het ontwikkelen van toeristisch beleid voor Edam-Volendam. Dat kan vervolgens als richtlijn fungeren voor toekomstige ontwikkelingen en als toetsingskader dienen voor plannen en initiatieven. Mede ook met het oog op het behouden van de leefbaarheid voor de inwoners van Edam-Volendam.

Door bestuurlijke wisselingen heeft het opstellen en afstemmen van de toeristische visie en bijbehorend ideeënprogramma langere tijd in beslag genomen. In de tussentijd is reeds een aantal projecten opgepakt en een stap verder gebracht. Aangezien vanaf januari 2016 Zeevang deel gaat uitmaken van de gemeente Edam-Volendam hebben we van dit momentum gebruik gemaakt en hebben we Zeevang met zijn toeristisch-recreatieve kwaliteiten alvast in de toeristische visie opgenomen.

Gedurende het opstellen van deze visie en bijbehorend uitvoeringsprogramma zijn er diverse bijeenkomsten georganiseerd met vertegenwoordigers uit de toeristische sector, bewoners, het college en de Raad. Dit was van belang omdat het gaat om een breed gedragen visie (als stip aan de horizon) die richtinggevend is voor de toeristische ontwikkeling voor de komende 5 à 10 jaar.

Met betrekking tot de doelstellingen die in de toeristische visie zijn geformuleerd, willen we de eerste zichtbare resultaten boeken binnen 3 à 5 jaar. Een en ander is daarbij uiteraard afhankelijk van het tijdstip waarop een start wordt gemaakt met de projecten uit het uitvoeringsprogramma. Hoe eerder we hiermee beginnen, hoe eerder de resultaten zichtbaar zullen zijn. Dit is ook afhankelijk van de monitoring door de gemeente.

Een belangrijk uitgangspunt voor het ontwikkelen van toeristisch beleid is dat Edam, Volendam en Zeevang qua cultuur en qua toeristisch aanbod duidelijk van elkaar verschillen. Edam is een protestantse gemeenschap, het toeristische product is authentiek-historisch en bedient een nichemarkt. Volendam is een katholieke gemeenschap en wordt gekenmerkt door een grote stroom (dag)-bezoekers. Zeevang is een landelijk gebied met zeven verschillende kernen dat geschikt is voor extensieve vormen van recreatie (fietsen, wandelen, kanovaren). Door het cultuurverschil zijn de drie plaatsen toeristisch gezien drie afzonderlijke producten met ieder hun eigen doelgroep(en). De drie verschillende producten Edam, Volendam en Zeevang dienen met hun eigen kwaliteiten in de markt gezet te worden, en wel zodanig op elkaar afgestemd dat ze van elkaars kwaliteiten profiteren.

Bij het ontwikkelen van de toeristische visie en het opstellen van het ideeënprogramma heeft de gemeente Edam-Volendam zich laten ondersteunen door LAGroup.



1. Inleiding

Proces en leeswijzer

Proces

In het kader van de Economische Agenda heeft LAGroup een eerste verkenning uitgevoerd: de quick scan toerisme Edam-Volendam. De resultaten daarvan presenteerde LAGroup medio oktober 2011 aan een brede vertegenwoordiging van de toeristische sector. Op basis van deze workshop en de gesprekken met de gemeente zijn de resultaten verder aangescherpt. Enerzijds vormde de quick scan een bouwsteen voor de Economische Agenda; anderzijds was deze tevens de opmaat voor de ontwikkeling van het toeristisch beleid voor Edam-Volendam, bestaande uit een toeristische visie en een bijbehorend uitvoeringsprogramma.

Het proces om te komen tot een gedragen toeristisch-recreatief beleid voor de gemeente was en is een interactief proces. We begonnen met een online enquête onder de raadsleden en de leden van de ondernemersverenigingen van Edam en van Volendam. Vervolgens legden we de tussenresultaten (visie, ontwikkelrichtingen en uitvoeringsprogramma - alle in conceptvorm) voor en bespraken deze met het professionele veld, het college van B&W en de Raad. In een bijeenkomst voor de bewoners kregen ook zij de gelegenheid om te vertellen hoe ze de toekomstige ontwikkelingen zien op het gebied van toerisme. Ten slotte fungeerde de begeleidingsgroep als kritisch klankbord tijdens het proces.

Leeswijzer

In dit document vindt u in hoofdstuk 2 een beknopte samenvatting van de toeristische visie en bijbehorend ideeënprogramma. In hoofdstuk 3 zijn de relevante kaders voor de visie samengesteld (gemeentelijke kaders, de Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025 en het project 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien' als relevante regionale kaders, en uitkomsten van de online enquête onder ondernemers en raadsleden). Hoofdstuk 4 bevat de visie op toerisme en in hoofdstuk 5 is de ambitie verwoord. Vervolgens komen de mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen voor Edam-Volendam aan bod (hoofdstuk 6).



2. Samenvatting

Toeristische visie en ideeënprogramma in een notendop

Voor u ligt de toeristische visie voor de gemeente Edam-Volendam. Hierin hebben we geformuleerd waar we in de komende jaren op toeristisch gebied naartoe willen.

Visie

De gemeente Edam-Volendam is een toeristisch aantrekkelijke gemeente met kwaliteiten die wij graag nog beter over het voetlicht willen brengen bij de (potentiële) bezoekers. Het dorp Volendam met zijn visserijverleden, maar ook bekend om de palingsound, Edam met zijn wereldberoemde kaas, en het nog onbekende Zeevang dat een oer-Hollands polderlandschap biedt waar het heerlijk fietsen, wandelen en kanovaren is. Een drietal toeristische producten die ieder op zich interessant zijn en die in de toekomst, nog meer dan tot nu toe, van elkaars kwaliteiten kunnen profiteren.

We zetten met de toeristische visie in op het verhogen van de kwaliteit van ons toeristisch product en een betere spreiding van bezoekers. Dit doen we door het bestaande toeristische product

- te verbeteren (onderhoud decor en tradities);
- te vernieuwen (onze geschiedenis als inspiratiebron);
- te verbinden (maak van parels een ketting).

Een ieder in de gemeente die bij toerisme betrokken is heeft daarbij zijn/haar eigen rol: de gemeente, het toeristisch bedrijfsleven, de culturele instellingen en de toeristische promotieorganisaties. Het uiteindelijke doel is om dagtoeristen langer vast te houden en het aantal verblijfstoeristen te verhogen.

Ambitie

We ambiëren een kwaliteitsslag in het toeristische product met als gevolg dat dit ook een andere doelgroep of groepen aantrekt. Dit willen we realiseren door in Edam, Volendam en in het poldergebied (Zeevang) een interessant, aantrekkelijk en kwalitatief goed toeristisch product te bieden. Daarnaast zetten we in op een betere promotie van Edam, Volendam en Zeevang in Amsterdam, waar veel (individuele) bezoekers verblijven die geïnteresseerd zijn in cultuur(historie). Hierbij speelt ook de regionale samenwerking een belangrijke rol.

Ideeënprogramma

Om een en ander handen en voeten te geven is een uitvoeringsprogramma opgesteld met een tiental concrete projecten. Deze dienen ter inspiratie en zijn niet limitatief. De projecten zetten in op het versterken en vernieuwen van de drie toeristische producten van de gemeente (Edam, Volendam en Zeevang). Tegelijkertijd zorgen we ervoor dat dit brede toeristische aanbod van onze gemeente door professionele promotie bij de (potentiële) bezoekers goed onder de aandacht wordt gebracht.

De projecten in het ideeënprogramma zijn tot stand gekomen door onder andere enquêtes, bijeenkomsten en werksessies met het toeristisch bedrijfsleven, de culturele instellingen, de promotie-organisaties, de bewoners en de Raad. De uitvoering en financiering van de ontwikkelde projecten zijn dan ook een gezamenlijke taak en verantwoordelijkheid van alle bij toerisme betrokken partijen in de gemeente en de regio.

3. Kaders



3. Kaders

Relevante gemeentelijke en regionale kaders

De gemeente Edam-Volendam heeft in het verleden verschillende visies en nota's opgesteld die (onder andere) richtinggevend zijn voor de toeristische ontwikkeling in de gemeente. Ook in de coalitieakkoorden van de gemeente (Coalitieakkoord 2014-2016, Werk aan de winkel en het Coalitieakkoord 2012-2014, Werken vanuit de basis) zijn uitgangspunten voor het toerisme geformuleerd. Daarnaast gaan de gemeente Edam-Volendam en de gemeente Zeevang per 1 januari 2016 fuseren. Hieronder worden de belangrijkste gemeentelijke en regionale kaders met hun voor toerisme relevante aspecten in beknopte vorm weergegeven.

Fusie gemeente Edam-Volendam en gemeente Zeevang



Per 1 januari 2016 gaan de gemeente Edam-Volendam en de gemeente Zeevang fuseren.

Vanaf deze datum zal de nieuwe gemeente Edam-Volendam ontstaan. Dat betekent onder andere dat er in de toekomst een gezamenlijk toeristisch beleid gevoerd zal worden.

Coalitieakkoord Gemeente Edam-Volendam 2014-2016, Werk aan de winkel

Naast het opstellen van een toeristische visie voor Edam-Volendam staan ook andere aan toerisme gerelateerde onderwerpen op de lijst van onderwerpen waarmee het college in de periode 2014-2016 aan de slag wil gaan, zoals de renovatie van de Buitenhaven Edam en de renovatie van het Edams Museum. Beide projecten zijn inmiddels uitgevoerd.

Aanvullend: zowel de provincie Noord-Holland als de Stadsregio Amsterdam zetten in op duurzaam toerisme. Ook de gemeente Edam-Volendam wil invulling geven aan dit thema. Een voorbeeld is het

fiets- en wandelpad Amsterdam-Hoorn dat in het kader van de dijkversterking zal worden gerealiseerd en dat ook door de gemeente Edam-Volendam loopt. Het pad kan meer fietsers ertoe brengen om Edam en/of Volendam te bezoeken.

Aangezien de ontwikkeling van de toeristische visie in de vorige beleidsperiode is gestart, is hieronder ook nog het coalitieakkoord 2010-2014 opgenomen.

Coalitieakkoord Gemeente Edam-Volendam 2010-2014, Werken vanuit de basis

In het coalitieakkoord worden de vijf onderstaande **uitgangspunten** geformuleerd:

1. Nastreven van samenwerkingsverbanden op toeristisch, cultureel en economisch gebied.
2. Versterken van de kracht van beide kernen, waarbij ook wordt gekeken naar de ontwikkelingen in het verleden.
3. Stimuleren wandel-, fiets- en culinair toerisme.
4. Handhaven van de museumvoorzieningen op basis van gelijkwaardigheid en stimuleren van de uitwisseling tussen beide musea. Daarnaast aandacht schenken aan de in het depot ondergebrachte delen van de collectie.
5. Benadrukken van de historische uitstraling van de openbare ruimte in de oude kernen en bij herstelwerkzaamheden aandacht geven aan historische details (o.b.v. beeldkwaliteitsplan 'Oude Kom Volendam en de Visie Stadsgezicht Edam').

Bovenstaande wordt vertaald in de volgende actiepunten:

1. Onderzoeken en verduidelijken van de functie van beide VVV's en de diverse toeristische organisaties.
2. Verbeteren van de havenfaciliteiten in Edam en Volendam.

3. Kaders

Naast de actiepunten specifiek voor toerisme wordt, onder het kopje bedrijvigheid, ook nog een relevant actiepunt genoemd, te weten:

- Verbeteren van het contact tussen de gemeente en de ondernemers gericht op een betere afstemming van festiviteiten en culturele activiteiten. Hiervoor moet in kaart worden gebracht wat de mogelijkheden zijn voor city(marketing)management.

Structuurvisie Edam-Volendam 2020



In de structuurvisie wordt, onder andere onderkend dat de gemeente beschikt over diverse cultuurhistorisch waardevolle elementen en structuren die jaarlijks honderdduizenden binnen- en vooral buitenlandse toeristen naar de gemeente trekken. Deze cultuur-historische kwaliteiten hebben daarmee ook een zeer grote economische betekenis. Onder deze cultuurhistorische waarden vallen ook het karakteristieke waterfront en het omliggende historische landschap van droogmakerijen en veenweidepolders.

Algemene uitgangspunten die het toerisme raken, zijn de volgende:

- Wat betreft de **winkelstructuur** heeft het centrum Volendam de functie als lokaal verzorgend centrum, streekcentrum en centrum met een hoge toeristische attractiewaarde. Dit moet verder worden uitgebouwd.

In de structuurvisie wordt ook ingegaan op het programma en de visie voor specifieke deelgebieden. De volgende deelgebieden zijn vanuit het oogpunt van toerisme relevant:

Stadsgebied Edam

Trefwoorden voor de versterking van de toeristische aantrekkingskracht van historisch Edam:

- verbeteren van de bereikbaarheid en de parkeeraccommodatie;
- versterken van de beleving, onder andere door het tot leven brengen van de historie;
- het historisch karakter beter vermarkten.

Kom Volendam en waterfront

Uitgangspunten voor het waterfrontgebied:

- benutten van de potentie van het waterfront als onderdeel van de Markermeerkust;
- aan elkaar koppelen van de verschillende sferen van het Kleiperg gebied, Haven-zuid, Slobbeland en Marinapark en bevorderen van een meer continue route.

Programmapunt voor de versterking van de attractiviteit en de toeristische trekkracht van het gebied:

- nieuwe trekker ontwikkelen bij de Haven-zuid (bijvoorbeeld in horecasfeer).

Ruimtelijke uitgangspunten:

- Waterfront aan het Kleiperk opwaarderen (o.a. verbeteren van de buitenruimte; de voorlanden meer op het water en op de dijk betrekken);
- De rand van Haven-zuid opwaarderen (met bebouwing passend bij de architectuur van Volendam);
- Het Noordeinde, de Haven en het Zuideinde gedurende in ieder geval het toeristenseizoen (steeds) auto- en busvrij(er) maken.

3. Kaders

Economische Agenda Edam-Volendam (vastgesteld op 24 januari 2013)



De Economische Agenda Edam-Volendam geeft richting aan het te voeren economisch beleid voor de korte (2015) en de lange (2020) termijn. Dit resulteert in een actieprogramma voor de verdere verbetering van het ondernemersklimaat. De volgende strategische projecten zijn belangrijk voor het toerisme:

Benutten toeristische potenties Volendam-centrum

- verbetering verblijfskwaliteit (autovrije Dijk, parkeren, kwaliteit openbare ruimte en uitstraling);
- gezamenlijke promotie;
- betere zichtbaarheid karakter vissersdorp.

Touringcarterminal (goede bereikbaarheid Volendam-centrum voor toeristisch verkeer)

- grote, goed bereikbare toeristische bronpunten voor touringcars aan centrumrand (industrieterrein Slobbeland biedt kansen).

Benutten toeristische potenties binnenstad Edam

- grote bronpunten parkeren rand binnenstad, kort parkeren binnenstad;
- betere verkeerscirculatie binnenstad: minder zoekverkeer, meer verblijfskwaliteit.

Verdubbeling N244, en 3e ontsluitingsweg (goede bovenregionale bereikbaarheid en ontsluiting Volendam-centrum en Julianaweg) - ook voor het toeristisch verkeer

- N244 tussen N247 en A7: 2x2 rijstroken en fietspad;
- 3e ontsluitingsweg Volendam;
- betere bereikbaarheid/doorstroming op N247

Visiedocument Centrumgebied Edam (2010)



Het visiedocument is een ruimtelijke vertaling van het gemeentelijke beleid, gecombineerd met het stedenbouwkundige ruimtelijke inzicht. In het visiegedeelte worden zogenaamde sporen geformuleerd die moeten bijdragen aan een goed samenspel van wonen, ondernemen, detailhandel/winkelen en recreëren in een unieke historische stad. De voor toerisme relevante sporen zijn:

1. Beter vermarkten van Edam als recreatief product om meer bezoekers te trekken met een economisch impuls tot gevolg, door:
 - gerichtere marketing en promotie, met betere benutting en eventuele uitbreiding van bestaande voorzieningen en activiteiten;
 - uitdragen van de stad als handelsstad;
 - op back office niveau samenwerken met Volendam, wel afzonderlijk in de markt houden;
 - activiteiten organiseren, mits op de juiste plek.
2. Soepel samenspel van functies en gebruik
Verschillende gebruikers hebben verschillende belangen. Door ze in hun samenhang en integraal te benaderen, kan synergie worden verkregen. Voor toerisme betreft dat de volgende aandachtspunten:
 - focus op ruimtelijke belevingskwaliteit en gebruikskwaliteit van de oude binnenstad, havens en fort Edam. Verbeteren van het kunnen beleven van en het pronken met de schoonheden;
 - extra overnachtingsmogelijkheden creëren;
 - opwaardering van het gebied aan de Nieuwe haven/Het Marken en Oosterkade;
 - meer en/of betere benutting musea en ambachten;
 - toevoegen trekker(s) om nieuwe doelgroepen te mobiliseren;
 - kaashistorie beter vermarkten.

3. Kaders

Nota Toerisme en Recreatie Zeevang 2012-2015. Zeevang, zee van ruimte (vastgesteld op 11 september 2012)



Kenmerkend voor de gemeente Zeevang is het open en waterrijke veenweidelandschap met relatief kleinschalige dorpen, geschikt voor extensieve vormen van toerisme. Doel van het beleid is de economische betekenis van het overwegend agrarische landschap te

vergroten. Daarbij wil de gemeente de kernkwaliteiten landschap, cultuurhistorie en water behouden, zodat bezoekers het oude Hollandse landschap kunnen beleven en ervaren. Extensieve vormen van toerisme zijn daarbij het uitgangspunt: fietsen, wandelen en varen (op kleine schaal) zijn activiteiten die bezoekers kunnen ondernemen.

Doelstellingen

1. Uitbreiding en kwaliteitsverbetering van de infrastructuur en verblijfsrecreatie
 - realiseren rustpunten onderweg
 - haalbaarheidsonderzoek doortrekken doodlopende wegen
 - realisatie fietspad op de dijk
2. Optimaliseren dagrecreatieve aanbod / verlengen bezoekmoment
 - beleef het landschap en het Markermeer (BC De Breek)
 - cultuurhistorische thema's
 - streekproducten Laag Holland
3. Optimaliseren van de promotie, marketing en organisatie
 - imago en identiteit
 - toeristische informatievoorziening
 - monitoring

De nadruk ligt op het beter benutten en verder optimaliseren van het bestaande aanbod.

Toekomstvisie nieuwe gemeente Edam-Volendam, Samen meer kwaliteit (10 november 2014)

Voor de nieuwe gemeente Edam-Volendam is een toekomstvisie opgesteld waarin onder andere het toerisme aan bod komt. Hieronder worden de relevante alinea's geciteerd.

“Wij zijn straks een gemeente met zowel een dynamisch verstedelijkt gebied als een landschappelijk waardevol buitengebied. Deze twee vullen elkaar heel goed aan. Dit betekent onder andere dat het toeristisch-economisch beleid, dat voor Edam-Volendam al heel belangrijk is, straks in de nieuwe gemeente een impuls kan krijgen door de kwaliteiten en mogelijkheden die het cultuurhistorisch waardevolle veenweidelandschap van Zeevang biedt daar aan toe te voegen. Ook de ligging van de nieuwe gemeente aan het Markermeer biedt, mede vanwege de onderhanden dijkverzwaring, mogelijkheden voor versterking van het toeristisch-recreatieve product.



fusie edam volendam zeevang

Toerisme

Door de vorming van de nieuwe gemeente ontstaat er een unieke kans om een krachtig toeristisch-economisch beleid te ontwikkelen. De kern Volendam, de kern Edam en het landschappelijk waardevolle gebied van de huidige gemeente Zeevang zijn alle drie toeristisch aantrekkelijk en hebben elk een eigen product en een eigen doelgroep. Goede combinaties van doelgroepen en programmamogelijkheden bieden de mogelijkheid tot verlenging van de verblijfsduur met alle economische voordelen van dien. Er ontstaat ruimte voor uitbreiding van de verblijfsaccommodaties, maar dan ook weer op een manier die zich goed verhoudt tot de omgeving.

3. Kaders

Voor Edam-Volendam wordt in de (nog vast te stellen) concept-toeristische visie aangegeven dat het toeristisch product zowel verbeterd als vernieuwd dient te worden. Sfeer, (cultuur)historie en water blijven in beide plaatsen belangrijk. Om aan de eisen van de hedendaagse consument te voldoen en om de leefbaarheid in beide kernen te behouden, wordt ingezet op productvernieuwing en kwalitatieve verbetering maar ook op professionalisering van de marketing en promotie.

De gemeente Zeevang wil de kernkwaliteiten landschap, cultuur-historie en water behouden, zodat de toerist en de recreant het oude Hollandse landschap kunnen beleven en ervaren. Ten behoeve daarvan werkt de gemeente nu aan:

- uitbreiding en kwaliteitsverbetering van de infrastructuur en verblijfsrecreatie;
- optimaliseren dagrecreatieve aanbod; bezoekmoment verlengen;
- optimaliseren van de promotie, marketing en organisatie.

Het gaat hierbij niet om grote aantallen toeristen, maar om een gelijkmatige ontwikkeling met daarbij de juiste balans tussen economische ontwikkeling en het behoud van natuur en leefomgeving van de bewoners.”



Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025. Een stip op de horizon voor toerisme en zakelijk bezoek in de MRA in 2015 (vastgesteld op 25 september 2014)

Bezoekers (nationaal, internationaal, zakelijke en leisure) aan de metropoolregio Amsterdam (MRA) zorgen momenteel voor een toegevoegde waarde (incl. bestedingen) van 11 miljard euro per jaar. Verder zijn er circa 80.000 mensen in de MRA werkzaam in de toeristische sector. Groei van toerisme is economisch gezien belangrijk voor de MRA; echter toerisme geeft ook druk op de leefbaarheid van bewoners en bedrijven.



Met de Strategische Agenda en bijbehorend Actieprogramma willen de overheden binnen de MRA gezamenlijke doelen stellen voor 2025 voor (de duurzame) groei van toerisme. Deze doelen vereisen een regionale inzet en/of afstemming. De doelstellingen zorgen voor meer samenwerking, betere afstemming en een gezamenlijke focus.

De **hoofddoelstellingen** zijn:

1. In 2025 is het **aantal internationale bezoekers** dat een bezoek brengt aan de MRA (gemeten in **hotelovernachtingen**) gegroeid met 25% ten opzichte van 2013. Het **aantal nationale bezoekers** dat een bezoek brengt aan de MRA is gegroeid met 25% ten opzichte van een nog te verrichten meting in 2015.
2. In 2025 is het **aantal internationale bezoekers** dat naast Amsterdam ook een **bezoek brengt** aan een **locatie elders in de MRA** gestegen met 67% ten opzichte van een nog te verrichten meting in 2015. Als in 2015 dus drie van de tien bezoekers een bezoek brengt aan de regio, moet dit in 2025 zijn toegenomen tot vijf van de tien.

3. Kaders

3. In 2025 is het **aantal recreatieve/toeristische activiteiten** die **inwoners van de MRA** binnen de MRA ondernemen met 25% gegroeid ten opzichte van een nog te verrichten meting in 2015.
4. In 2025 is het totaal **aantal zakelijk bezoekers** van beurzen en congressen in de MRA gegroeid met 30% (gemeten in de som van het totale aantal zakelijke bezoekers [congres*aantal dagen*aantal bezoekers] ten opzichte van een nog te verrichten meting in 2015.

Voor het realiseren van de hoofddoelstellingen zijn voor elk van de onderstaande thema's een aantal subdoelstellingen geformuleerd:

- Bereikbaarheid & Connectiviteit
- Zakelijke Bezoekers
- Human Capital
- Technologie, Innovatie & Cross-Overs
- Marketing & Promotie
- Destinatieontwikkeling
- Cultuur
- Samenwerking, Kennisdeling & Onderzoek

Om een idee te geven welke subdoelstellingen relevant zouden kunnen zijn voor de gemeente Edam-Volendam worden hieronder enkele subdoelstellingen uit de Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025 geciteerd:

Thema Bereikbaarheid & Connectiviteit / subdoelstelling 1

“Een betaalbaar, gebruiksvriendelijk en breed verkrijgbaar OV-reisproduct, waarmee bezoekers in de gehele MRA met alle vormen van openbaar vervoer kunnen reizen, inclusief NS.”

Thema Bereikbaarheid & Connectiviteit / subdoelstelling 7

“Grootschalige en wijdverspreide voorzieningen voor automatische afgifte en inleverpunten voor huurfietsen.”

Thema Marketing & Promotie / subdoelstelling 4

“Sterke gezamenlijke inzet op de spreiding van bezoekers in tijd, zowel door het jaar heen, als over de dag.”

Thema Marketing & Promotie / subdoelstelling 5

“Amsterdam is DE stad/regio als het gaat om kunst en cultuur/ fietsen en water. Inzet op specifieke en unieke regiobrede eigenschappen (naast de geografische karakters uit ‘Amsterdam bezoeken, Holland zien/ ABHZ).”

Thema Destinatieontwikkeling / subdoelstelling 4

“Brede inzet van het instrument storytelling.”

Thema Cultuur/ subdoelstelling 4

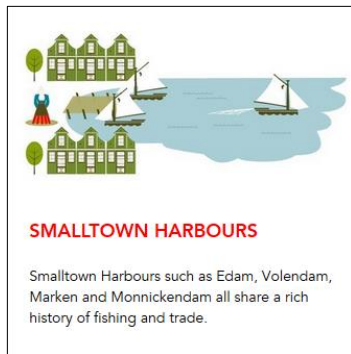
“Cultuur is in 2025 een van de leidende thema's waarmee de MRA zich profileert en waarmee gericht wordt op een specifieke doelgroep van hoogopgeleide, cultuurminnende bezoekers.”

3. Kaders

Project 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien'

Met ruim 8 miljoen overnachtingen per jaar en meer dan 5 miljard euro aan bestedingen staat Amsterdam in de top tien van populairste toeristische bestemmingen van Europa. Het project 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien' richt zich op het sterker profileren van de Metropool Amsterdam onder toeristen. Het heeft als doel om meer toeristen te verleiden om naast Amsterdam ook de regio te bezoeken. Op deze wijze blijven zij langer, besteden ze meer, en hebben ze vaker de neiging om terug te komen.

In de eerste fase van 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien' (2009-2012) is veel basiswerk verzet. De deelnemende partijen zijn onder andere gekomen tot een gezamenlijke promotie van de MRA als één toeristisch gebied. In de tweede fase van het project (2013-2016) zal de ingezette lijn worden vastgehouden, maar met meer focus. Daarnaast zal er veel aandacht zijn voor het lokaal 'laden' van de ontwikkelde karakters, het vergroten van de betrokkenheid van lokale en regionale promotie-organisaties en het vergroten van de betrokkenheid van de toeristische en culturele ondernemers.



Toeristische karakters

Amsterdam Marketing heeft in 2013 in het kader van de basisopdracht van de Gemeente Amsterdam een aantal overkoepelende thema's voor de Metropool geïntroduceerd. Dit teneinde de citymarketing voor de Metropool richting buitenlanders te vergemakkelijken. Deze thema's zijn: Old Holland, Beach of Amsterdam, Flowers of Amsterdam, New Land, Castles & Gardens of Amsterdam, Haarlem en Amsterdam City (zie tabel zwarte rij). Onder elk van deze thema's worden diverse van de 16 karakters geplaatst (zie tabel hieronder). Onder het thema Old Holland vallen de drie karakters: Smalltown Harbours (IJsselmeerstadjes), Amsterdam Waterland (o.a. Zeevang) en Industrial Heritage (Zaanstad). Elk gebied heeft daardoor een eigen verhaal en identiteit gekregen. Deze karakters worden in de komende periode verder versterkt door middel van productontwikkeling, marketing en onderzoek.

Betrokken partijen

Naast de Stadsregio en de gemeente Amsterdam nemen 27 gemeenten in de metropoolregio deel aan 'Amsterdam Bezoeken Holland Zien', evenals de provincies Noord-Holland en Flevoland.

Old Holland	Beach of Amsterdam	Flowers of Amsterdam	New Land	Castles & Gardens of Amsterdam	Haarlem	Amsterdam City
Small Town Harbours	Bubbling Beach	Flower Strip	New Land	Fortress Stretch	Authentic Haarlem	Amsterdam City
Amsterdam Waterland	Wind Water Beach		The Big Lake	Historical River Estates		
Industrial Heritage	Dutch Dune			Leisure Lakes		
				Amstel River Countryside		

3. Kaders

Resultaten online enquête

Hieronder wordt een korte beschrijving en analyse van de online enquête gegeven. Deze enquête is verstuurd naar de raadsleden van Edam-Volendam en naar de ondernemersverenigingen.

Tussen 10 april en 24 april 2012 hebben wij een online enquête uitgezet onder raadsleden en ondernemers in Edam-Volendam. In deze periode is er 1x een herinnering gestuurd. In het blauwe kader hieronder zijn de gegevens over de respons te vinden. In dit hoofdstuk geven wij een beknopt overzicht van de belangrijkste uitkomsten: het ambitieniveau voor de ontwikkeling van het toeristisch beleid en de ontwikkelrichtingen, volgens raadsleden en ondernemers. Voor de volledige resultaten van de enquête, zie bijlage 2. De resultaten hebben ook een rol gespeeld bij het opstellen van de visie en bij het ontwikkelen van de kansrijke projecten.

FEITEN ENQUÊTE

Ondernemers

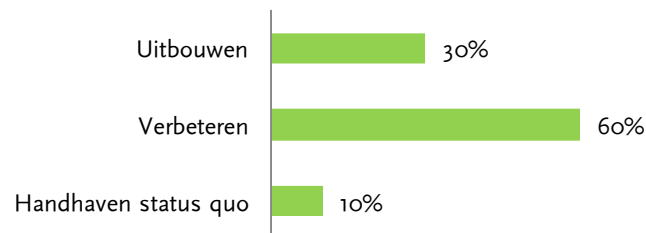
- Verstuurd: 472
 - 325 per e-mailadres
 - 147 via Ondernemersvereniging
- 113 volledig ingevuld
- Response rate: 24%

Raadsleden

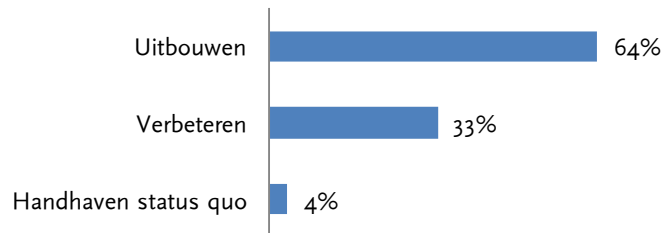
- Verstuurd: 21
- 10 volledig ingevuld
- Response rate: 48 %

Ambitieniveau ontwikkeling toeristisch beleid

Raadsleden (n=10)



Ondernemers (n=113)



Opvallend is dat de ondernemers meer inzetten op uitbouwen (64%) en de raadsleden meer op verbeteren (60%) van het toeristisch beleid.

3. Kaders

Ontwikkelrichtingen voor toerisme

Raadsleden (n=6)



Opvallend is dat de raadsleden voornamelijk kiezen voor het ontwikkelen van de traditionele aspecten van Edam-Volendam.

Ontwikkelrichtingen voor toerisme

Ondernemers (n=108)



Ook de ondernemers kiezen voor de traditionele aspecten. Faciliteren van de riviercruisevaart scoort bij beide groepen onderaan.

4. Visie



4. Visie - uitgangspunten

Naast de relevante gemeentelijke kaders noemen we hieronder een aantal belangrijke uitgangspunten voor de visie.

Uitgangspunten

Eén gemeente: een stadje, een dorp en zeven kleinere kernen

Edam-Volendam is één gemeente en bestaat uit twee grotere plaatsen en zeven kleinere kernen: het vissersdorp Volendam, het stadje Edam en zeven kernen van Zeevang, te weten Oosthuizen, Beets, Schardam, Warder, Middellie, Kwadijk en Hobrede.



Volendam en Edam genieten een hoge naamsbekendheid onder Nederlanders, en Volendam daarnaast ook onder buitenlandse en Nederlandse touroperators. Zeevang is door haar kleinschaligheid en beperkte aantal bezienswaardigheden toeristisch vrij onbekend. Edam, Volendam en Zeevang verschillen duidelijk van karakter.

Volendam staat symbool voor het klassieke beeld van een Hollands vissersdorp met klederdracht, klompen en de palingsound. Vooral voor touroperators speelt dit imago een rol bij het samenstellen van hun reisprogramma voor buitenlandse bezoekers. Edam staat vooral bekend om zijn kaas. Voor met name de buitenlandse bezoekers is de kaas de belangrijkste reden voor een bezoek aan dit stadje. Onder Nederlanders is Edam minder bekend: wel als het stadje van de kaas, maar niet als kleinschalig en aantrekkelijk Zuiderzeestadje. Vergeleken met Edam en Volendam is Zeevang onbekend. Mogelijk dat Nederlanders ooit van de gemeente hebben gehoord in het kader van het schooltje van Dik Trom dat in Etersheim ligt. Edam, Volendam en Zeevang verschillen dus van elkaar qua toeristisch aanbod/product, qua type bezoeker en qua sfeer. Kort gesteld, Volendam staat voor reuring, Edam voor rust en Zeevang voor nog meer rust.

Twee plaatsen, zeven kernen en drie toeristische producten

Het verschil in karakter heeft ook een weerslag op het toeristisch product van Edam, Volendam en Zeevang. Waar Edam uitblinkt met een fraai aangezicht van het stadje (veel beschermde monumenten, grachten, verzorgde openbare ruimte), is er in Volendam sprake van slijtage van het 'decor'. De zo karakteristieke bebouwing is vaak niet in optimale staat, net zomin als de inrichting van de openbare ruimte en het onderhoud daarvan (met name op de Dijk, het Doolhof en de straten daartussen). Zeevang wordt gekenmerkt door een typisch Hollands landschap met kronkelige veen-riviertjes, groene veenweiden met koeien, authentieke stolpboerderijen en pittoreske lintdorpjes.

4. Visie - uitgangspunten

Dat betekent voor de toeristische visie en het ideeënprogramma dat de focus in Volendam ligt op het upgraden/ moderniseren van het toeristisch product en in Edam en Zeevang eerder op het inzetten op versterking van de bekendheid en aantrekkingskracht.

Aanvullend op deze twee belangrijke uitgangspunten zijn de volgende aspecten ook nog relevant:

- Toerisme is economisch en maatschappelijk van belang voor zowel Edam als Volendam als Zeevang.
- De focus voor de verdere toeristische ontwikkeling van de gemeente ligt eerder op kwaliteit dan op kwantiteit.
- De gemeente dient in nauw overleg met het toeristische bedrijfsleven en met de bewoners van Edam-Volendam richting te geven aan de toeristische ontwikkelingen.
- De gemeente dient de randvoorwaarden te realiseren waarbinnen Edam, Volendam en de toeristisch relevante kernen van Zeevang toeristisch kunnen floreren.
- Tegelijkertijd dient rekening te worden gehouden met de leefkwaliteit van bewoners binnen de toeristische gebieden.
- De verbetering van de kwaliteit van het toeristische product is noodzakelijk om de toenemende concurrentie aan te kunnen.
- De betrokken organisaties, en dan met name de organisaties die verantwoordelijk zijn voor de marketing en de promotie van de gemeente, moeten verder professionaliseren.

Met de visie die hierna wordt verwoord, geven we antwoord op de volgende vragen:

- **Wat?** (wat moet gebeuren met het toeristisch product?)
- **Waar?** (lokalisering)
- **Voor wie?** (doelgroepen)
- **Hoe?** (rol en taken van de betrokkenen)
- **Met wie?** (betrokken samenwerkingspartners)



4. Visie - wat?

Visie

Wat?

Edam en vooral Volendam zijn al decennia lang toeristische trekpleisters: de ene staat bekend om zijn wereldberoemde kaas, de andere vooral om zijn visserijverleden. Door de komst van de bezoekers heeft zich ook het toeristisch product ontwikkeld. In Edam wordt in het zomerseizoen weer een wekelijkse kaasmarkt georganiseerd, zoals die vroeger bestond. In Volendam wordt geprobeerd weer aan te knopen bij het visserijverleden, maar de bekendheid van Volendam in Nederland is ook sterk gebaseerd op de palingsound. Zeevang is vergeleken met Edam en Volendam (nog) geen toeristische trekpleister, maar probeert haar landschap en historie (het laagste punt van Noord-Holland, het Land van Dik Trom, het bezoekerscentrum en molen De Breek) ook onder de aandacht te brengen. Kortom: Edam en Volendam hebben de bezoekers al veel te bieden, maar het bestaande toeristische product kan nog verder worden verbeterd en vernieuwd. Zeevang kan voor fietsers en wandelaars een interessante aanvulling zijn op het aanbod van de twee bekendere plaatsen.

Toerisme zal blijven groeien



Toerisme is een van de weinige economische sectoren die in de toekomst nog flink zal groeien. De World Tourism Organization (UNWTO) verwacht voor de komende tien jaar een toename van 30% in het wereldwijde toerisme. Dat biedt enerzijds kansen voor de Metropoolregio Amsterdam, maar tegelijkertijd zal het op sommige plekken in de regio steeds drukker worden, zoals in de binnenstad van Amsterdam, de Zaanse Schans, maar ook in Volendam. Om een

goede balans tussen bewoners en bezoekers te waarborgen is het van belang om ook buiten deze toeristische magneten voor een aantrekkelijk toeristisch aanbod te zorgen. Door regionale marketing en promotie van dit aanbod kunnen bezoekers verleid worden ook andere gebieden en plaatsen te ontdekken. Daarbij speelt een goede bereikbaarheid ook een belangrijke rol.

Wensen van consument veranderen

Daarnaast veranderen met de tijd ook de wensen van de consumenten. Om aan de eisen van de hedendaagse consument te voldoen, is het belangrijk om het toeristisch product kritisch tegen het licht te houden. Voor Edam, Volendam en Zeevang geldt dat het huidige toeristische product verbeterd en/of vernieuwd moet worden. Dit heeft als doel het huidige aantal bezoekers te consolideren en daarnaast een andere type bezoeker te trekken die meer geïnteresseerd is in kwaliteitstoerisme. Naast de verbetering/modernisering van het toeristisch product dient ook de toeristische marketing en promotie in en voor de gemeente geprofessionaliseerd te worden.

(Regionale) samenwerking als noodzaak



Om de groei van toerisme in goede banen te leiden en voor een goede balans tussen bewoners en bezoekers te zorgen moet op verschillende niveaus meer worden samengewerkt. Dat geldt voor Edam, Volendam en Zeevang onderling, voor de gemeente Edam-Volendam met de regio en daarnaast ook met de metropoolregio Amsterdam. Door meer samen te werken kunnen de krachten worden gebundeld en kan de gemeente de concurrentie beter aan.

4. Visie - wat?

Drie mogelijkheden: verbeteren, vernieuwen en verbinden

Om invulling te geven aan de visie zijn drie aspecten van belang, te weten het verbeteren van het bestaande toeristische product, het vernieuwen van het bestaande toeristische aanbod en het verbinden van bestaande bouwstenen. Hierna wordt toegelicht wat we onder de verschillende begrippen verstaan.

Verbeteren – onderhoud het decor en de tradities

Sommige bezoekers komen met een bepaalde verwachting over een oud Hollands vissersdorp of een bepaald idee over een Hollands kaasstadje. Niet dat ze een openluchtmuseum moeten aantreffen, maar een **goed verzorgd decor** (monumenten, openbare ruimte, bruggen, et cetera) verhoogt de aantrekkelijkheid en de beleving. Daarnaast is het voor bezoekers interessant en boeiend als er nog verschillende lagen van de historie ontdekt kunnen worden: dat kan een goed onderhouden gebouw zijn, oude foto's of schilderijen die het **verleden laten zien** of de **zichtbaarheid van tradities** zoals de kaasmarkt in Edam of de Volendammer klederdracht. Ervoor zorgen dat bezoekers door middel van **duidelijke bewegwijzering** op de juiste plekken komen en door heldere informatie de bezienswaardigheden en de overige interessante plekken in de gemeente weten te vinden, valt onder het aspect 'verbeteren'.

Vernieuwen – gebruik geschiedenis als inspiratiebron

Naast het verbeteren van het bestaande toeristische aanbod kunnen in Edam, Volendam en Zeevang ook nieuwe bouwstenen aan het toeristisch product worden toegevoegd. Hierbij valt te denken aan een **nieuw evenement** passend bij en aansluitend op de sterke punten van de betreffende plek zoals kaas in Edam, het **verder ontwikkelen en zichtbaar maken van eeuwenoude tradities** of tradities gebruiken als inspiratiebron voor het ontwikkelen van iets nieuws, zoals de Volendammer klederdracht, maar ook het **inzetten van nieuwe media** om

immaterieel erfgoed zichtbaar te maken. Het gaat er hierbij dus om bekende elementen in een nieuw daglicht te plaatsen en op een verrassende en vernieuwende manier te presenteren.



Goed onderhouden openbare ruimte



Staphorster klederdracht nieuwe stijl (ontwerp: Ricardo Ramos)

Verbinden – maak van parels een ketting

De gemeente Edam-Volendam is geen eiland op zich, maar ligt in het Nationaal Landschap Laag Holland. Dit Nationaal Landschap is zowel vanuit natuur- als cultuurhistorisch oogpunt belangwekkend. Men vindt er droogmakerijen, veenweidegebieden, de UNESCO-Werelderfgoederen de Beemster en de Stelling van Amsterdam en tal van wateren die aantrekkelijk zijn voor watervogels. Daarnaast maakt de gemeente Edam-Volendam deel uit van de metropoolregio Amsterdam en is ze een van de trekpleisters voor bezoekers die de omgeving van Amsterdam willen verkennen. Bij het beter verbinden van Edam-Volendam met de omgeving kan het enerzijds gaan om fysieke verbindingen, zoals routes en bewegwijzering. Anderzijds kunnen Edam, Volendam en Zeevang door collectieve marketing beter verbonden worden (let wel, één organisatie en drie verschillende producten), waardoor de slagkracht van de gemeente vergroot kan worden. De samenwerking met de metropoolregio (in het kader van het project 'Amsterdam bezoeken, Holland zien') en met Bureau Toerisme Laag Holland zijn hier van belang.

4. Visie - waar?

Waar?

Qua geografische focus kijkt de visie vooral naar de twee grotere kernen van de gemeente: Edam en Volendam. Hier komen de meeste bezoekers vanwege de bezienswaardigheden, de winkels, de horecalegelegenheden, de mooie gebouwen en vooral de sfeer. Het buitengebied speelt echter wel een rol bij het verbinden van de twee kernen met elkaar, bij het ontdekken van Zeevang en ook bij de verbinding met de andere toeristisch interessante dorpen en stadjes in de omgeving.

Bezoekers zijn niet geïnteresseerd in bestuurlijke grenzen, maar wel in toeristische gebieden waar iets interessants te zien en te beleven valt. De verbindingen naar de andere plekken zoals Marken, Monnickendam, Broek in Waterland en de Zaanse Schans, zijn dus belangrijk (bewegwijzering, (fiets)routes, openbaar vervoer, etc.). De gemeente werkt, samen met de MRA, actief aan het ontwikkelen van goede OV-verbindingen zodat de gemeente makkelijk bereikt kan worden en er ook wordt bijgedragen aan de regionale spreiding van bezoekers. Een concreet voorbeeld is het realiseren van een 'Smalltown Harbours'-buslijn in samenwerking met de gemeente Waterland.

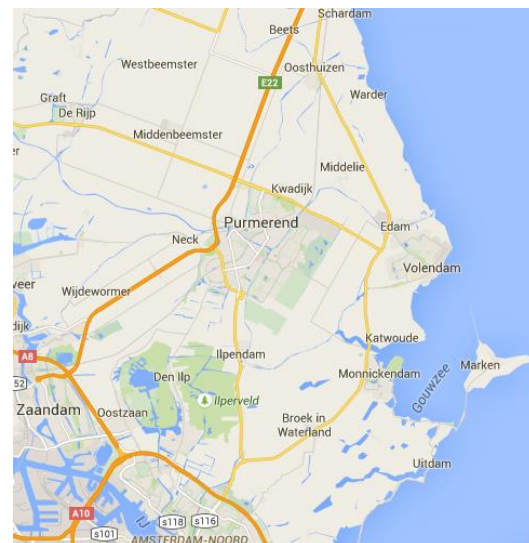
Ligging in een aantrekkelijk landschap



Goede OV-verbindingen Amsterdam – Edam-Volendam



Noordoostelijk deel metropoolregio Amsterdam



Broek in Waterland



4. Visie - voor wie?

Voor wie?

Hieronder worden de beschikbare gegevens van de gemeente Edam-Volendam gepresenteerd ten aanzien van de dag- en verblijfsbezoekers die naar de gemeente komen.

Op basis van de toeristenbelasting is wel het aantal overnachtingen bekend, maar niet het aantal gasten.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
aantal overnachtingen	396.869	251.434	271.868	261.917	228.090	240.205

De beperkte informatie over doelgroepen, die hieronder aan bod komen, is gebaseerd op het bezoekersonderzoek van het ATCB, ervaring van ondernemers (input tijdens workshops in Edam en Volendam in augustus 2012) en op eigen kennis en ervaring.

Voor wie? - Dagtoeristen

(buitenlanders en Nederlanders, ook uit de omliggende regio)

Volgens het bezoekersonderzoek van het ATCB is de gemiddelde verblijfsduur van de dagbezoekers in de gemeente Edam-Volendam (hier is geen verschil gemaakt tussen Edam en Volendam) tussen 2008 en 2011 afgenomen: van 4,47 uur in 2008 naar 3,44 uur in 2011. Aangezien het onderzoek (nog) geen vervolg heeft gehad, zijn er geen recentere cijfers beschikbaar.

Het streven is om de gemeente Edam-Volendam (nog) beter bekend te maken in de metropoolregio Amsterdam en ook in Amsterdam zelf. Hierbij ligt de focus op het type bezoeker dat geïnteresseerd is in de cultuurhistorie van Edam, Volendam en Zeevang en/of de ligging aan het water. Deze bezoeker, die vooral komt op basis van inhoudelijke interesse, heeft in de meeste gevallen meer te besteden en verblijft vaker langer op de bestemming.

Volendam blijft groepen trekken

Het accent in Volendam ligt op het consolideren van het aantal bezoekers. Volendam zal een bestemming blijven die interessant is voor het groepstoerisme (touroperators, vrijgezellenfeesten, vrienden-groepen en families). Echter, dan moet het huidige toeristische product van Volendam verbeterd en mogelijk ook vernieuwd worden. Alleen op die manier blijft Volendam interessant voor groepen en worden de toeristen door een breder en gevarieerder aanbod verleid om langer te blijven en/of meer te besteden.

Detailhandel en horeca moeten in balans zijn

Qua herkomst van de bezoekers zal Volendam moeten inzetten op zowel buitenlanders als Nederlanders. De buitenlandse toeristen zullen overwegend in groepsverband Volendam aandoen. Hiervoor zijn de inkomende touroperators, de Nederlandse touringcarbedrijven en de buitenlandse uitgaande touroperators van belang. De Nederlandse toeristen zullen minder in groepsverband Volendam bezoeken. Aangezien de buitenlandse bezoekers vooral komen voor de detailhandel en niet of minder voor de horeca en de Nederlanders eerder voor de horeca en niet of minder voor de detailhandel, heeft Volendam voor beide groepen een goede balans van detailhandel en horecagelegenheden nodig. Beide groepen zorgen ook wel voor de bijzondere sfeer en gezelligheid waar Volendam om bekend staat.



"Fijn over de dijk 'boulevard' gewandeld met winkeltjes en restaurantjes. Het was wel erg slecht weer die dag, dat was jammer. Aanrader: Hoorn en Marken en touren door Waterland...."

Beoordeling op Zoover, april 2012

4. Visie - voor wie?

Kijkend naar de leeftijd, zijn het van de binnen- en de buitenlandse bezoekers vooral de 55-plussers die geïnteresseerd zijn in dat wat Volendam te bieden heeft. Daarnaast spelen Nederlandse jongeren een rol die als vriendengroep of voor vrijgezellenfeesten naar Volendam komen, onder andere vanwege de sfeer en de palingsound (Jan Smit, de 3JS, Nick & Simon). Het Marinaprak ontvangt verder ook veel gezinnen. De wens van de gemeente, de sector en de bewoners is dat de onderlinge verhouding tussen de doelgroepen meer in balans is.

Edam en Zeevang voor de individueel reizende bezoeker

Het toeristische product van Edam is meer geschikt voor individueel reizende bezoekers. Dit zijn mensen die voor een dag(deel) komen vanuit Amsterdam of uit de regio en geïnteresseerd zijn in de cultuurhistorie van de kaas en/of het Zuiderzeestadje, die in het zomerseizoen de Kaasmarkt bezoeken, of bewoners uit de regio die gericht komen naar een specifiek evenement, zoals de pianowandeling of Kaaspop.



“Leuk centrum, bijzondere winkeltjes, leuke wandelroutes te krijgen bij de VVV. Ook leuke kleine bootjes te huur bij VVV zodat je Edam vanaf het water kunt ontdekken, erg leuk voor de kinderen. Ook Volendam, Marken, Amsterdam vanaf Edam goed bereikbaar, genoeg mogelijkheden voor een dagje weg.”

Beoordeling op Zoover, april 2012

Ook in de toekomst zal de groep dagtoeristen die naar Edam-Volendam komt uit buitenlanders en Nederlanders (waaronder ook uit de regio) bestaan. Vooral in het zomerseizoen zijn er veel buitenlandse bezoekers uit Amsterdam en/of de regio die Edam aandoen vanwege de Kaasmarkt. Wat betreft de leeftijd gaat het ook hier om 55-plussers die geïnteresseerd zijn in de cultuurhistorie van Edam, met daarnaast gezinnen die, met hun kinderen, de Kaasmarkt bezoeken.

De toeristisch-recreatieve kwaliteiten van Zeevang vormen een interessante aanvulling op het toeristische product van Edam en Volendam gelet op de doelgroep(en) die de gemeente in de toekomst nog meer wil trekken: de individueel reizende bezoeker die geïnteresseerd is in de cultuurhistorie van het gebied en/of die komt om in een aantrekkelijke omgeving te fietsen, te wandelen of te varen.

Voor wie? - Verblijfstoeristen (buitenlanders en Nederlanders)

Ook de verblijfstoeristen bestaan uit buitenlanders en Nederlanders, waarbij volgens een aantal ondernemers van verblijfsaccommodaties het aandeel buitenlanders dat bij hun overnacht groter is dan dat van de Nederlanders. Daarnaast kennen, volgens het bezoekersprofiel van ATCB, de buitenlandse bezoekers ook een langere verblijfsduur dan Nederlandse bezoekers.

Kijkend naar het aantal overnachtingen (zie tabel op de vorige pagina) lijkt het aantal na 2010 even te herstellen. Echter, in 2012 en 2013 is sprake van een verdere afname. 2014 laat weer een toename zien.

Indien deze groei verder doorzet, dan dient in het toekomstige beleid rekening te worden gehouden met het faciliteren van eventuele nieuwe verblijfsmogelijkheden, aansluitend bij de wensen en behoeften van de doelgroep(en) die we sterker willen aantrekken. Dat betekent dat het om bijzondere onderscheidende verblijfsconcepten gaat die een meerwaarde vormen voor het bestaande accommodatieaanbod in de gemeente.

4. Visie - voor wie?

Volendam - gezelligheid en reuring

Wie in Volendam verblijft komt veelal meer voor de reuring en de gezellige sfeer. Dit geldt voor de gezinnen en de vrienden- en/of vrijgezellengroepen die vooral in het Marinapark verblijven. Dat zijn grotendeels bezoekers uit Nederland.



Edam - rust dichtbij Amsterdam

Het stadje wordt volgens een aantal ondernemers door hun verblijfs-gasten vaak gezien als een alternatieve bestemming voor Amsterdam. Het Zuiderzeestadje is goed bereikbaar, ligt vlakbij Amsterdam, biedt betaalbare accommodaties en rust. Het gaat hier voornamelijk om Europese bezoekers en de Nederlandse 55-plussers.

Zeevang – rust van het platteland tussen Amsterdam en Hoorn

Zeevang beschikt over een zeer beperkt aantal (kleinschalige) verblijfs-accommodaties die door zowel Nederlanders als buitenlanders geboekt worden. De grootste camping in Zeevang heeft vooral vaste standplaatsen waardoor er met name Nederlandse gasten komen. In Zeevang waarderen de gasten vooral de rust van het platteland.

Voor wie? - Inwoners zijn ook een doelgroep

Ook de inwoners van de gemeente zijn een belangrijke doelgroep. Niet alleen zijn de bewoners ook potentiële bezoekers van evenementen, ze spelen ook een belangrijke rol in hun functie als (mede)-organisatoren en vrijwilligers en fungeren als ambassadeurs van Edam of Volendam of Zeevang. Echter, nu al staat het woongenot van bewoners in een aantal gebieden, voornamelijk in Volendam, onder druk omdat sommige toeristen zich luidruchtig gedragen en inbreuk plegen op de privacy van de bewoners. Het is noodzakelijk om en balans te bewaken tussen het aantal bezoekers, de bewoners en de leefbaarheid van de openbare ruimte.



4. Visie - hoe?

Hoe?

Het uitvoeren/implementeren van het toeristisch beleid, bestaande uit de visie en het ideeënprogramma, is een gezamenlijke taak van de gemeente Edam-Volendam, de toeristische ondernemers en andere bij toerisme betrokken partijen in en ook buiten de gemeente (bijvoorbeeld Bureau Toerisme Laag Holland en Amsterdam Marketing). Hieronder worden de rollen en taken van de verschillende betrokkenen beschreven.

Hoe? - Rol en taken gemeente

De overheid/gemeente moet richting geven door specifiek beleid te formuleren en door flankerend beleid op te stellen, waardoor voorwaarden worden geschapen, waarbinnen toerisme kan floreren en verschillende toeristische bouwstenen aan elkaar worden gekoppeld. Daarnaast is het belangrijk om transparant te zijn over de diverse plannen die toerisme direct of indirect beïnvloeden.

Verder kan de gemeente een rol spelen bij de samenwerking tussen de verschillende betrokken partijen, organisaties, instellingen en ondernemers, door bijvoorbeeld bijeenkomsten te organiseren en te faciliteren en daarnaast de afstemming en samenwerking te stimuleren met de buurgemeenten/de regio Laag Holland en de metropoolregio Amsterdam.

Hieronder noemen we verschillende beleidsvelden die raakvlakken hebben met toerisme, dan wel de voorwaarden daarvoor scheppen. Het is daarom belangrijk om de diverse beleidsvelden zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen.

Beleid openbare ruimte

Gebouwen vormen samen met de openbare ruimte de dagelijkse leefomgeving van de mensen in Edam-Volendam, het decor waarin bezoekers zich bewegen. Naast de verschijningsvormen van de gebouwen is ook een aantrekkelijke, goed verzorgde omgeving belangrijk voor zowel de bewoners als de bezoekers. Deze verhoogt bovendien de waarde van het onroerend goed en versterkt het vestigingsklimaat.

In het bestaande beeldkwaliteitsplan Oud-Volendam wordt aandacht besteed aan de openbare ruimte. Echter, hierin zijn geen kwaliteitsniveaus voor de openbare ruimte gedefinieerd (in termen van inrichting, detaillering, etc.). Wat betreft Edam geldt dat er bijzondere aandacht uitgaat naar de openbare ruimte in het Stadsgezicht Edam vanwege het cultuurhistorische karakter van de stad. Fundamentele ingrepen worden hier aan de welstandscommissie voorgelegd.



Steegje naar de Dijk



Openbare ruimte aan de haven

4. Visie - hoe?

Door een beleid voor de openbare ruimte te ontwikkelen met vastgestelde kwaliteitsniveaus wordt meer aandacht besteed aan de inrichting en het beheer en onderhoud. Hierbij valt te denken aan de fysieke componenten zoals trottoirs, straatmeubilair (waaronder afvalbakken, banken, fietsbeugels, etc.) en straatborden en -verlichting, maar ook aan het verwijderen van zwerfvuil, het vegen van straten en pleinen en het verwijderen van onkruid. Dit geldt in eerste instantie eerder voor Volendam dan voor Edam. De gemeente heeft hiermee inmiddels een start gemaakt.

Terrassenbeleid

De gemeente Edam-Volendam beschikt al over een terrassenbeleid. Hierin is alles geregeld met betrekking tot vergunningen en duur, het terras seizoen, de terrastijden, het opruimen van het terrasmeubilair buiten openingstijden, de terrasafmeting en -markering, de inrichting, van het terras, de brandveiligheid, enzovoort. Wat betreft de afmetingen is bijvoorbeeld bepaald dat “door middel van markeringen in de bestrating c.q. een andere fysieke afscheiding de oppervlakte ten behoeve van het gebruik van het terras aangegeven wordt.” Een dergelijke regeling zou moeten voorkomen dat terrassen te ver uitbreiden richting straat en moet gehandhaafd worden.



Terrassen op de Dijk

Reclamebeleid

Het reclamebeleid van Edam-Volendam is deels geregeld in de reclamenota (2000) en deels in de welstandsnota (2011). In eerstgenoemde wordt onder andere voor de oude kernen van Edam en Volendam voorgesteld dat reclame die qua materiaalgebruik, plaatsing, grootte, detaillering, belettering en/of kleurstelling de harmonie van de gebouw-architectuur of van de openbare ruimte in de omgeving verstoort, niet toelaatbaar is (Reclamenota, Ad 1.1).



In de welstandsnota is onder andere voor het beschermde stadsgezicht Edam en de historische kern van het centrum Volendam geformuleerd dat gevelreclame toegestaan is, mits zorgvuldig ontworpen, ondergeschikt aan het historische beeld en in overeenstemming met de specifieke criteria voor reclame. In hoeverre deze regel al dan niet wordt nagevolgd, bepaalt de welstandsc commissie. Aan het Noordeinde en het havengedeelte van de Dijk in Volendam is een wildgroei van reclameborden en vlaggen. Het is de vraag of dit moet prevaleren boven de historische waarde van de bebouwing op

4. Visie - hoe?

dit gedeelte van de Dijk. Uit besprekingen met de ondernemers blijkt dat dit deels de reden is waarvoor men Volendam bezoekt. Het wordt door hen benoemd als het 'Las Vegas' van Noord-Holland.

Infrastructuur

Infrastructurele aspecten die belangrijke voorwaarden zijn voor toerisme in Edam en Volendam, zijn: de parkeermogelijkheden voor auto's, touringcars en campers, de havenfaciliteiten voor passanten en de bewegwijzering (buiten de gemeente naar de gemeente en vanuit de randen naar het centrum).

De komst van bezoekers naar Edam en Volendam en het draagvlak van de bewoners voor de vele bezoekers staat en valt met een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden. Op dit moment is er duidelijk ontevredenheid onder de ondernemers over de bereikbaarheid van zowel Volendam als Edam en over de parkeermogelijkheden in beide plaatsen voor bezoekers.

In de beleidsnota 'Gemeentelijk Verkeer- en Vervoersplan (2013)' worden onder andere het gemotoriseerd vervoer, het parkeren, de bewegwijzering en de leefbaarheid behandeld. Over het toerisme komen de volgende punten aan bod:

- In Volendam is reeds ingezet op een dynamisch parkeersysteem om toeristen, komend met de auto of de touringcar, naar een geschikte parkeerplaats te leiden.
- Langparkeerders onder toeristen en bezoekers worden aan de randen van Edam en Volendam opgevangen.
- In de centra van Volendam en Edam zullen oplaadpunten komen voor het gebruik van de elektrische fiets in het recreatieve fietsverkeer.

- Goede bewegwijzering in de toeristische centra van Edam en Volendam zal het oriënteren voor de wandelende toerist makkelijker maken.
- De gemeente zal aansluiten bij regionale projecten om recreatieve wandelroutes in het buitengebied aan te leggen of te verbeteren.
- Het realiseren van een camperparkeerplaats bij Strandbad Edam (een van de concrete maatregelen die inmiddels gerealiseerd is).



Parkeren buiten Edam

Het parkeerterrein nabij de Noorderbrug te Edam wordt door bezoekende automobilisten goed benut. Afgelopen zondag stonden er een twintigtal auto's geparkeerd. De Vereniging Oud Edam wil dit parkeerterrein vergroten en er zijn meerdere opties op het oog voor meer parkeerterreinen, zoals aan de Lokkementjesweg richting Oorgat en het stukje land bij de Burg. Versteeghsingel.

Daarnaast is er ook veel discussie (geweest) over de huidige steiger voor de riviercruiseschepen. Uit de online enquête onder ondernemers en onder de raadsleden bleek dat het faciliteren van de riviercruisevaart op weinig draagvlak kan rekenen. Gevraagd naar de mogelijke focus van toekomstige ontwikkelingen staat bij beide onderzochte groepen het faciliteren van de riviercruisevaart onderaan de lijst van acht verschillende aspecten. Daarentegen vinden ondernemers en raadsleden dat het verbeteren van de havenfaciliteiten in Volendam de hoogste prioriteit moet krijgen. In Edam scoren de havenfaciliteiten op de prioriteitenlijst iets minder hoog. Kortom: de voorzieningen voor bezoekers die per auto, touringcar en/of boot komen, hebben een zeer hoge prioriteit. Dit zijn basale randvoorwaarden voor het ontwikkelen van toerisme. Men komt niet omdat het goed is geregeld, maar men blijft weg als het slecht is geregeld.

4. Visie - hoe?

Andere sturingsinstrumenten

De gemeente beschikt, naast het beleid, ook nog over andere sturingsinstrumenten voor het toerisme in de gemeente, te weten de toeristenbelasting en de subsidies.

Toeristenbelasting

Een verblijfsbezoeker in de gemeente Edam-Volendam betaalt per nacht € 1,56 toeristenbelasting (2015) ongeacht het soort verblijfslocatie. Ook veel buurgemeenten hanteren één tarief. Andere gemeenten in Noord-Holland stellen het tarief wel afhankelijk van het soort overnachting (bijv. een ander tarief voor een campingovernachting t.o.v. een hotelovernachting). De mogelijkheden van tariefdifferentiatie van de toeristenbelasting en invoering watertoeristenbelasting worden op dit moment onderzocht. De uiteindelijke keuze is aan de gemeente zelf.



Camping Strandbad Edam

De toeristenbelasting is in de jaren '70 ingevoerd om gemeenten die extra kosten maken door het huisvesten van grote aantallen toeristen extra financiële middelen te geven. Bezoekers die overnachten in de gemeente dragen hierdoor bij aan de voorzieningen waar zij gebruik van maken. Ook verblijf op het water als niet-ingezetene van de gemeente wordt op een vergelijkbare manier belast. Voor een verblijf van twee uur of langer is een niet-inwonende belasting verschuldigd. In jachthavens is de ondernemer verantwoordelijk voor het innen van de watertoeristenbelasting.

Aangezien toeristenbelasting in vele gevallen niet als bijdrage aan toeristische voorzieningen en/of activiteiten gebruikt wordt, maar als dekkingsmiddel van de gemeentelijke begrotingen, is het wenselijk dat het gebruiken van (een deel van) de toeristenbelasting inzichtelijk wordt gemaakt en dat het (gedeeltelijk) terugvloeit naar de toeristische sector.

Bijdrage voor toeristische marketing en promotie

Het is belangrijk als gemeente een bijdrage te (blijven) leveren aan de toeristische marketing en vooral aan de promotie van de gemeente. Door bijvoorbeeld een regiefunctie te ondersteunen kan de verdere ontwikkeling van het toerisme gestimuleerd en in goede banen geleid worden. Hiermee wordt de concurrentiepositie van Edam-Volendam versterkt.

Op de volgende pagina presenteren wij twee mogelijkheden hoe met (te) veel bezoekers kan worden omgegaan en welke opties er zijn om te komen tot een gevarieerd winkelaanbod in een bepaald gebied of bepaalde straat.

4. Visie - hoe?

Bezoekersmanagement



De spanning die af en toe ontstaat tussen toeristen/bezoekers in Volendam en de bewoners vraagt om bezoekersmanagement. Hierbij gaat het om het in goede banen leiden van (grote) stromen toeristen en het oplossen van knelpunten tussen toerisme, het stedelijk product en de bewoners. Daarbij kan gedacht worden aan instrumenten om te grote bezoekersstromen te managen door bijvoorbeeld bezoekers te verleiden tot

het nemen van andere (loop)routes. Een mogelijkheid is bijvoorbeeld om op drukke dagen gastheren/-vrouwen in Volendammer klederdacht in te zetten die bezoekers welkom heten en de weg wijzen (vergelijkbaar met het *Welcome* project van het ATCB of geïnspireerd op de aloude stadsomroeper in York, Engeland). Bezoekersmanagement, parkeerbeleid en bewegwijzering zijn nauw met elkaar verbonden.

Winkelstraatmanager

Ook al heeft de gemeente geen instrumenten om de branchering van de winkels in de gemeente of deelgebieden te bepalen, ze kan wel proberen deze te beïnvloeden met behulp van een zogenaamde winkelstraatmanager. Deze werkt nauw samen met eigenaren van winkelpanden, met besturen van ondernemersverenigingen, stichtingen, projectontwikkelaars en tal van andere mensen die zich inzetten om winkelstraten 'goed op de kaart' te zetten. Een voorbeeld is de Haarlemmerstraat in Amsterdam die door de winkelstraatmanager Nel de Jager samen met heel veel enthousiaste winkeliers als het ware getransformeerd werd van een niet al te aantrekkelijke langgerekte winkelstraat tot een zeer succesvolle winkelstraat met kleine individuele winkels, ketens en een divers aanbod. Ook zijn de 9 Straatjes in Amsterdam een goed voorbeeld hiervan. De straatmanager heeft de taak ondernemers te werven, te motiveren, te zorgen voor een slimme branchering, de straat te promoten en te zorgen voor winkelbeheer en tijdelijk gebruik van lege winkels.



De 9 Straatjes Amsterdam

4. Visie - hoe? / Visie - met wie?

Hoe? - Rol en taken ondernemers

De voornaamste taak van de toeristische ondernemer is het verzorgen van een kwalitatief goede en gezonde onderneming die een bijdrage levert aan de toeristische aantrekkingskracht van Edam, Volendam en Zeevang. Daarnaast dient de toeristische ondernemer actief bij te dragen aan gezamenlijke activiteiten die de toeristische aantrekkingskracht van de gemeente verhogen. De ondernemer dient ook deel te nemen aan discussies die de toeristische ontwikkeling in de gemeente en daarmee (in)direct ook hun onderneming aangaan. Daarnaast dienen ondernemers regelmatig ook hun eigen bedrijf/bedrijfsvoering zelfkritisch onder de loep te nemen: voldoet het aanbod nog aan de wensen en behoeften van de hedendaagse consument? Aangezien het niet makkelijk is om zelfkritisch te oordelen, kunnen ondernemers ook kijken of ze (al dan niet gezamenlijk met meerdere ondernemers) gebruik maken van een *mystery guest* en/of een onderzoek laten doen door studenten.



Met wie?

De groep die straks belangrijk is voor het implementeren en realiseren van het toeristische beleid bestaat uit een brede vertegenwoordiging van toeristisch Edam-Volendam, te weten:

- de overheid (gemeente, regiogemeenten, metropoolregio en provincie);
- het toeristisch bedrijfsleven (aanbieders verblijfsaccommodaties, horeca, jachthavens) en de detailhandel;
- de promotieorganisaties (VVV's in Edam en Volendam, Bureau Toerisme Laag Holland, Amsterdam Marketing);
- organisaties op het gebied van cultuur en natuur (musea in Edam Volendam en voormalig Zeevang, historische verenigingen, zoals Vereniging Oud Edam, Stichting Kaasmarkt, natuurbeheerders zoals Nationaal Landschap Laag Holland); en
- een vertegenwoordiging van bewoners indien de woonkwaliteit/leefbaarheid een belangrijke rol speelt.



De impuls die de gemeente Edam-Volendam voor haar toeristisch product wenst, moet worden gerealiseerd door zowel de overheid als door aanbieders van toeristische voorzieningen. Voor de gewenste impuls is het maken van keuzes essentieel.

5. Ambitie



5. Ambitie

Ambitie

In de ambitie formuleert de gemeente Edam-Volendam haar kwaliteiten en de positie die ze in het toeristische veld wil innemen. Het ambitieniveau geeft aan hoe goed men het wil doen ofwel hoe hoog de lat wordt gelegd. Om vervolgens te beoordelen of de gemeente Edam-Volendam haar visie en ambitie verwezenlijkt, moeten de doelstellingen zoveel mogelijk SMART worden geformuleerd. Dat wil zeggen dat de doelstellingen **Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch** en **Tijdgebonden** zijn.

De ambitie luidt als volgt: de gemeente Edam-Volendam beoogt een profilering als een toeristisch aantrekkelijke gemeente met drie verschillende en interessante toeristische producten: Edam, Volendam en Zeevang.

Edam profileert zich als een goed bewaard, kleinschalig en charmant Zuiderzeestadje met veel monumenten, smalle straten en grachten, de haven en natuurlijk de wereldberoemde kaas. Hier lijkt de tijd te hebben stilgestaan, hier kunnen bezoekers de tijden van weleer beleven. Naast de klassieke stadswandelingen en het Edams Museum worden ook nieuwe mediatechnieken ingezet om de cultuurhistorie van de stad op een hedendaagse en bijzondere manier te vertellen.



Verder biedt de stad een bijzonder decor voor activiteiten en evenementen, zoals de bestaande Kaasmarkt, de Kaaspop, de pianowandeling en de Waterdag. Deze activiteiten en evenementen worden verder uitgebreid met een focus op culinair en cultureel (muzikaal)

gebied in een eigentijdse vorm. Op die manier versterken verleden en heden elkaar op een inspirerende wijze en wordt Edam nog interessanter voor binnen- en buitenlandse dag- en verblijfsbezoekers.

Volendam daarentegen staat voor de gezellige drukte van een oud vissersdorp met de haven en de Dijk als het historische centrum.



Bezoekers kunnen in het dorp nog het verleden ontdekken (visafslag, bruine vloot, klederdracht, Volendams Museum, Hotel Spaander als ontmoetingscentrum voor kunstenaars, enzovoort), maar ook op een aantal plekken verschillende slechtweervoorzieningen

bezoeken die op een eigentijdse manier het verhaal van Volendam vertellen. Daarnaast wordt de geschiedenis van Volendam als inspiratiebron gebruikt om nieuwe producten te ontwikkelen. Een voorbeeld hiervoor is het al bestaande *artist in residence* programma van Hotel Spaander (op uitnodiging van het hotel verblijven een aantal kunstenaars een week in Volendam en gaan hier aan de slag; de resultaten worden aan het einde van de week tentoongesteld). Ook in Volendam vinden nu al diverse evenementen plaats (kermis, Volendammer Dag, Pieperrace, enz.) die aansluiten bij het verleden van Volendam. Een uitbreiding van het evenementen-aanbod met een onderscheidend en passend evenement zou ook bijdragen aan de gewenste productvernieuwing. Maar Volendam is toch voornamelijk 'zien en gezien worden', flaneren over de Dijk, langs de haven en door Het Doolhof, winkelen en eten en drinken op de vele terrassen.

5. Ambitie

Zeevang profileert zich als oer-Hollands landschap dat met haar openheid, waterrijkheid, veenweiden met koeien en de pittoreske lintdorpjes een mooi decor biedt om te fietsen, wandelen en varen (op kleine schaal). Door de realisatie van een steiger voor de Bruine Vloot (aan de dijk van het Markermeer, ongeveer ter hoogte van het bezoekerscentrum te Oosthuizen) wordt er een nieuwe afmeer-gelegenheid gecreëerd waarmee bezoekers direct aankomen in het achterland in plaats van in de grotere plaatsen. Vanuit dat punt kunnen bezoekers per fiets Zeevang en de omliggende regio verkennen.



Het gebied heeft een rijke cultuurgeschiedenis. Geïnteresseerden vinden meer informatie daarover in het bezoekerscentrum De Breek met het museummolen in de Etersheimerbraakpolder. In het bezoekerscentrum wordt een film vertoond die in een notendop

de belangrijkste punten uit de geschiedenis van Etersheim vertelt: de strijd tegen het water, het verdronken dorp, het ontstaan van het laagste punt van Noord-Holland (meer dan 6,5 meter onder NAP!), et cetera. Een ander stuk cultuurhistorie is het Schooltje van Dik Trom – waar schoolmeester Kieviet les heeft gegeven en zijn eerste boek over Dik Trom heeft geschreven – dat tegenwoordig dienst doet als kinderboekenmuseum. Zeevang is dus het poldergebied van de gemeente Edam-Volendam waar de liefhebber van het oer-Hollandse landschap en van cultuurhistorie aan zijn trekken komt.

Edam, Volendam en Zeevang brengen alle drie hun eigen verhaal bij de bezoekers onder de aandacht: enerzijds door de nog zichtbare elementen goed te onderhouden (het decor), anderzijds door de geschiedenis op een traditionele én een hedendaagse manier te vertellen. Verder zetten ze in op een aantal nieuwe producten die geïnspireerd zijn op de specifieke geschiedenis, waardoor heden en verleden elkaar verstreken.

Samenvattend: we ambiëren een kwaliteitsslag in het toeristische product met als gevolg dat dit ook een andere doelgroep/doelgroepen aantrekt. Dit willen we realiseren door in Edam, Volendam en in het poldergebied (Zeevang) een interessant, aantrekkelijk en kwalitatief goed toeristisch product te bieden. Daarnaast zetten we in op een betere promotie van Edam, Volendam en Zeevang in Amsterdam, waar veel (individuele) bezoekers verblijven die geïnteresseerd zijn in cultuur(historie). Voor het bereiken van deze doelen is een goede regionale samenwerking met de betreffende organisaties en organen essentieel. Alleen zo kunnen we er gezamenlijk voor zorgen dat de bezoekers zowel in ruimte als tijd voldoende worden gespreid over de regio.

5. Ambitie

Doelstellingen (en mogelijke parameters)

Doelstelling 1

Langer vasthouden van dagtoeristen

Een interessant en aanvullend aanbod moet dagtoeristen verleiden om langer te blijven en daarbij mogelijk ook meer geld te besteden. Dit kan worden bereikt door:

- bijzondere en bij het profiel van de plaatsen passende evenementen;
- het op een vernieuwende manier presenteren van het verhaal van het verleden;
- de ontwikkeling van nieuwe producten geïnspireerd door de geschiedenis, gebruikmakend van de kwaliteiten van de betreffende plaatsen, en
- in Volendam een meer divers (toeristisch) winkelaanbod te ontwikkelen, passend bij het karakter van Volendam.

Een professionele marketing en promotie van de gemeente zorgt ervoor dat de (potentiële) dagtoeristen op een aansprekende en eigentijdse manier geïnformeerd worden over het toeristische aanbod. In Edam ligt de focus op een betere profilering en promotie van de stad en in Zeevang gaat het om het beter bekend maken en profileren van het typisch Hollandse poldergebied. In Volendam gaat het meer om productverbetering en -vernieuwing. Verder kan het voor Volendam lonend zijn om een bijeenkomst te organiseren met touroperators en touringcarbedrijven om meer te weten te komen over hun wensen en behoeftes, met als doel hen voor Volendam te behouden en de verblijfstijd van hun groepen te verlengen.



Hoe te meten?

Het meten van het aantal dagtoeristen is een lastige en dure kwestie. Echter, op verzoek van ondernemers uit het centrum van Volendam heeft de gemeente in de periode medio juli t/m eind september 2013 tellingen gedaan van *bezoekers* die naar het *centrum van Volendam* kwamen. Voor het toeristisch seizoen (1 april tot 1 november) komt dit neer op een totaal van circa 770.000 bezoekers, waarbij 571.000 bezoekers per touringcar kwamen, 75.100 bezoekers per OV/lijnbus en 123.000 per auto. Op basis van deze aantallen meent de gemeente dat één miljoen bezoekers per jaar een reële schatting is.

Aanvullend: om naast de aantallen meer te weten te komen over het type bezoeker zouden studenten jaarlijks op vertrekpunten kort kunnen enquêteren op circa 20 dagen verspreid over het jaar. De enquête zou moeten bestaan uit de volgende vragen: 1) herkomst, 2) type verblijf (dagtoerist of verblijfstoerist), 3) verblijfsduur, 4) aantal personen waarmee gereisd wordt en 5) de organisatiegraad (groep of individueel). Dit geeft geen inzicht in het aantal dagtoeristen, maar wel in het profiel van de bezoekers.

5. Ambitie

Doelstelling 2

Verhogen van het aantal verblijfsbezoekers

De verblijfstoeristen moeten redenen hebben om in Edam, Volendam of Zeevang te overnachten. Voor Edam zijn de beweegredenen anders dan voor Volendam; en die voor Volendam zijn weer anders dan voor Zeevang. Welk karakter hebben de drie plaatsen en wat dient er verder te gebeuren?

- Edam biedt een betaalbaar verblijf in een fraaie historische en rustige omgeving, vlakbij Amsterdam.
- Volendam biedt daarentegen reuring (gezellige drukte) en sfeer.
- En in Zeevang kan men genieten van de sfeer en rust van het platteland.
- Verder kan een betere samenwerking en afstemming met de buurgemeenten interessant zijn, waardoor het totaalaanbod voor de verblijfsbezoeker breder en meer divers wordt.
- Afhankelijk van de ontwikkeling van het aantal verblijfstoeristen dient er rekening te worden gehouden met het faciliteren van eventuele nieuwe verblijfsmogelijkheden, aansluitend bij de wensen en behoeften van de doelgroep(en) die de gemeente sterker wil aantrekken. IAGroup concludeert in zijn 'Onderzoek verblijfsaccommodaties in de ISW-regio' (2014) dat in de ISW-regio beperkte marktruimte is voor verblijfsaccommodaties en ziet kansen vooral in onderscheidende verblijfsconcepten die een meerwaarde vormen voor het bestaande accommodatie-aanbod in de gemeente.
- Tot slot speelt ook bij het verblijfstoerisme de professionalisering van de marketing en promotie voor de gemeente een belangrijke rol.



Hoe te meten?

De parameter waarmee deze doelstelling enigszins kan worden gemeten is het aantal verblijfsbezoekers en de verblijfsduur (aantal overnachtingen). Hiervoor wordt gebruik gemaakt van bestaande bronnen (toeristenbelasting). Ook moet worden bijgehouden in welke maanden de overnachtingen gerealiseerd worden om uiteindelijk te kunnen aansturen op een mogelijke seizoensverlenging en een daarbij passend aanbod. Voor deze doelstelling is het van belang een referentiepunt vast te leggen (bijvoorbeeld het aantal overnachtingen in 2011, op basis van de toeristenbelasting). Daarmee kunnen de in de toekomst gerealiseerde aantallen overnachtingen worden vergeleken. Verder moeten voor de vergelijkbaarheid van de cijfers/tellingen steeds dezelfde bronnen worden gebruikt en moet er worden vastgelegd welke ontwikkeling de gemeente nastreeft. Echter, de toeristenbelasting als parameter kent ook beperkingen: ze geeft wel het aantal overnachtingen, maar niet het aantal gasten en er is daarnaast ook niets bekend over hun herkomst.

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen



5. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

In dit hoofdstuk gaan we in op de mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen voor toerisme in de gemeente Edam-Volendam. Hieraan ligt een analyse van de sterktes en zwaktes en kansen en bedreigingen (zie quick scan) ten grondslag. Deze zetten wij vervolgens tegen elkaar af in twee confrontatiematrices: een matrix voor Edam en een matrix voor Volendam (zie bijlage). Alleen de door ons als meest relevant dan wel onderscheidend beoordeelde karakteristieken/ ontwikkelingen zijn in deze matrices opgenomen. Deze selectie leidt tot een scherper overzicht en een betere focus.

Om ook in het uiteindelijke ideeënprogramma voldoende focus te houden op de issues die echt van belang zijn, nemen wij daarin alleen de issues op die in de confrontatiematrices als zeer belangrijk worden gewaardeerd. Deze waardering is onder andere tot stand gekomen op basis van de door ons gehouden werksessies, terugkoppelingen van stakeholders, bewoners, het college van B&W, de Raad en de expertise van LAGroup.

Op basis van de strategische issues en de visie stellen we aan aantal ontwikkelrichtingen voor, die de basis vormen voor het ideeënprogramma. Hiernaast vindt u de ontwikkelrichtingen, mede gebaseerd op de uitkomsten van de online enquête onder ondernemers en raadsleden en besproken met de toeristische sector, de geïnteresseerde bewoners en het college van B&W. Aangezien bij de ontwikkeling van de toeristische visie nog geen sprake was van een fusie met de gemeente Zeevang, is deze toen niet meegenomen. Echter, in de nieuwste versie van de toeristische visie en bijbehorend ideeënprogramma is Zeevang – waar mogelijk – wel verwerkt.

De gemeente moet inzetten op de volgende ontwikkelrichtingen en daarmee voortbouwen op de bestaande kwaliteiten:

1. Edam kaasstad - verbeteren en vernieuwen
2. Folklore & nostalgie in Volendam zichtbaarder maken
3. Edam, Volendam en Zeevang aan het water beter benutten
4. Samenwerken in en om Edam-Volendam
5. Zet nieuwe media in



Foto: Nieuw -Volendam

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Edam kaasstad - verbeteren en vernieuwen



Strategische issue 1

Hoe kan het imago van Edam als kaasstad worden ingezet om in te spelen op de (cultuur)toeristische vraag, de groeiende behoefte naar authenticiteit en om de concurrentie het hoofd te kunnen bieden?

Edam als klein compact stadje, bekend van de kaas en met fraaie, goed onderhouden monumenten, waaronder de Kaaswaag en het Fort Edam, heeft zowel op het gebied van architectuur (Oudhollands stadje) als op het gebied van horeca en winkels wat te bieden voor de bezoekers. Naast dit aanbod heeft Edam een aantrekkelijke openbare ruimte waar het aangenaam slenteren is. Echter, de bekendheid van Edam als aantrekkelijk Zuiderzeestadje is nog relatief beperkt. Daarnaast is het toeristisch product vrij statisch.

De Edammer kaas, die van oorsprong gemaakt werd in en om de stad, ontleent zijn naam aan Edam.* In 1573 kreeg de stad van prins Willem van Oranje het eeuwigdurende recht voor het houden van de Kaaswaag als dank voor de goede samenwerking tijdens het beleg van Alkmaar. Van deze geschiedenis als kaasstad getuigt nog de Kaasmarkt die in de zomermaanden (juli en augustus) elke woensdag plaatsvindt.

Wil Edam haar imago als kaasstad verder uitbouwen en meer beleefbaar maken, dan zou op verschillende momenten in het jaar meer aandacht moeten komen voor het product kaas en alles wat daarmee te maken heeft.

Potentiële acties

Culinair evenement rondom kaas

Een kleinschalig culinair evenement/festival opzetten, waar kaas centraal staat. Daarbij kunnen, naast de Edammer, ook andere kazen in combinatie met wijn of bier worden gepresenteerd. Ook de restaurants en andere horecagelegenheden besteden aandacht aan het festival en verlenen de kaas een bijzondere plaats op de menukaart (vergelijkbaar bijvoorbeeld met aspergegerechten op de kaart tijdens het aspergezeizoen).

Elke editie van het feest heeft een andere focus c.q. kaasland/-landen dat/die in de schijnwerpers staat/staan. Een editie met Nederlandse kazen, een editie met Franse kazen, Spaanse kazen, Italiaanse kazen, Duitse kazen, Oostenrijkse kazen, enzovoort. Een idee is ook om Edamse kaas aan te bieden naast haring uit Volendam en bier en/of jenever.

Een dergelijke activiteit zou kunnen worden opgezet door producenten en importeurs van kaas, ondernemers (kaas-/wijnwinkels, horecagelegenheden, kookworkshops), Slow Food Nederland (de Boeren-Edammer staat op de kandidatenlijst van de Ark van de Smaak, waarin

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

waardevolle producten en rassen voor het nageslacht worden 'behouden') en anderen. Tijdens het culinaire evenement kunnen demonstraties worden gegeven en wedstrijden en *masterclasses* plaatsvinden. In Nederland bestaat een dergelijk festival niet. In het buitenland worden er wel een aantal georganiseerd, in onder andere (Duitsland, Zwitserland, Zuid-Tirol, Engeland, et cetera).

Referentieproject

Rollende keukens, Amsterdam

Het Weekend van de Rollende Keukens is een jaarlijks evenement (in 2015 van 13 mei t/m 17 mei) in het Amsterdamse Westerpark, waar een grote diversiteit van mobiele eet- en drinkgelegenheden, van koffiekar tot pizzawagen, van BBQ-camper tot vismobiel, vier dagen lang één groot openluchtrestaurant vormt. Naast lekker eten is er ook mobiele muziek. Het evenement trekt steeds meer bezoekers en



Foto: blogpost van fatfatsheep

valt langzamerhand onder de grootschaligere festivals.

Inmiddels zijn er diverse vergelijkbare, maar kleinschaligere food-festivals ontstaan die minder bezoekers trekken. Een voorbeeld is TREK, een gratis toegankelijk Food Truck Festival dat in stadsparken van Rotterdam, Utrecht, Maastricht, Enschede, 's-Hertogenbosch, Nijmegen, Amsterdam en Den Haag plaatsvindt.

Uitbouwen kaasmarkt

Een van de bekendste en meest bezochte kaasmarkten van Nederland is de kaasmarkt in Edam. Dit komt onder andere door de grote bekendheid van Edammer kaas. De kaasmarkt is een reconstructie uit vroeger tijden en wordt muzikaal aangevuld door een Oudhollands draaiorgel en of muziek van de Kaaskapel Edam. De kaasmarkt vindt plaats op elke woensdagochtend in de maanden juli en augustus.

Bij het uitbouwen van de kaasmarkt kan worden gedacht aan het verhogen van de frequentie van de kaasmarkt. Hiervoor kunnen speciale momenten worden aangehaald/gecreëerd, zoals de komst van nieuwe wijnen (Beaujolais primeur, Federweisser, etc.), 's winters rond de kerst, in de lente (graskaas). Andere elementen kunnen zijn: een deskundige rondleiding over de kaasmarkt, waarbij het publiek ook interessante verhalen en weetjes over de kazen hoort, kaas- en wijnproeverijen tegen een kleine vergoeding, een begeleidend muziek- en cabaretprogramma, een melk- en kaasroute langs producerende boerderijen, enzovoort.

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Folklore en nostalgie in Volendam zichtbaarder maken



Strategische issue 2

Hoe kan het imago van Volendam als vissersdorp/kunstenaarsdorp/palingsoundkweekvijver worden ingezet om in te spelen op de groeiende behoefte aan authenticiteit en om de concurrentie het hoofd te kunnen bieden?

Volendam is een dorp met vele gezichten. Van origine is het een vissersdorp, ontstaan door haar gunstige ligging aan de Zuiderzee. Door de aanleg van de afsluitdijk in 1932 nam de visserij sterk af, waardoor men zich meer ging toeleggen op bouwnijverheid, watersport en toerisme. Kenmerkend was tot die tijd de grote gehechtheid van de Volendamse bevolking aan de eigen gewoonten, dialect, klederdracht en het katholieke geloof. Dit resulteerde in een karakteristiek

dorpje, dat eind 19e eeuw door kunstenaars is ontdekt als schilderachtig. De dijk, de haven en de huisjes werden het decor van de schilderijen, de inwoners de modellen en Hotel Spaander de slaapplek voor de kunstenaars.

Gaandeweg de 20e eeuw bleek dat Volendammers goed kunnen zingen, waardoor in de jaren '60 de palingsound is ontstaan met The Cats, Maribelle en BZN. Hedendaags wordt deze sound vertegenwoordigd door Jan Smit, Nick en Simon, de 3JS en Case Mayfield. Tot slot is Volendam behoorlijk sportief en heeft het dorp een rijke voetbalhistorie met profclub FC Volendam en behaalt het nationale successen met het handbalteam.

Wat kan de (cultuur)toerist hier tegenwoordig van zien of hoe kan die deze imago's beleven? Omtrent de Palingsound kan de toerist een bezoek brengen aan het Palingsoundmuseum, de nationale Palingsounddag, muziekevenement Votown en de Palingsoundtocht. Rondom het imago van 'kunstenaarsdorp' zijn er diverse kunstroutes, rondleidingen en exposities in Hotel Spaander, *Artist in Residences* en activiteiten zoals *en plein air* schilderen. Wat betreft de beleving van het vissersdorp draagt nog maar een zeer beperkt aantal Volendammers klederdracht en verdwijnt de nostalgie steeds meer uit het straatbeeld. Wil Volendam inspelen op de groeiende behoefte aan authenticiteit en de (cultuur)toerist (blijven) trekken, dan is het belangrijk om het thema 'Folklore en nostalgie' te verdiepen en te vernieuwen. De ondernemers en de raadsleden zien dit als een belangrijke ontwikkelrichting.

Potentiële acties

Mode & Folklore

Om Volendam weer als vissersdorp te kunnen ervaren, moet er weer meer folklore op straat zijn. In de zes toeristische maanden (van mei t/m oktober) kunnen op gezette momenten mensen in klederdracht de toeristen verwelkomen en de weg wijzen. Dit is geïnspireerd op de

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

aloude stadsomroeper in York, Engeland, en het project *Welcome* van Amsterdam Marketing, waar mensen van *I amsterdam* de toerist verwelkomen. Ook kunnen Volendamse zangkoren, bijvoorbeeld in samenwerking met zangkoren uit andere dorpen/steden, geregeld optredens geven op straat en kunnen er in de visafslag visveilingen worden georganiseerd, zoals op de Broekerveiling in Broek op Langedijk. Daarnaast is het belangrijk om binnen dit thema een hedendaagse interpretatie van klederdracht en folklore in het straatbeeld te tonen. Er kunnen projecten met ontwerpers en mode- en kunstacademies worden ontwikkeld met tentoonstellingen over mode en fotografie, waarbij ook winketalages gebruikt kunnen worden. Voorbeelden hiervoor zijn een modeshow in Staphorst (tijdens de Staphorster Dagen), waarbij modellen in 'hedendaagse klederdracht' over de *catwalk* liepen, de modetentoonstelling in het Zuiderzeemuseum van ontwerpersduo Spijkers en Spijkers en Victor & Rolf en de film 'Stripshow 1850' van Paul en Menno de Nooijer die werd vertoond in het Zeeuws Museum.

Slechtweervoorziening Volendam

Om ook bij slecht weer bezoekers te faciliteren en de ervaring van folklore en nostalgie in Volendam te versterken, zou er tevens een slechtweervoorziening moeten worden ontwikkeld. Inmiddels zijn er twee gerealiseerd: in juni 2013 opende Uniek Volendam zijn deuren en in augustus 2015 de Experience Volendam. Beide bieden ook bij slecht weer een interessante kennismaking met (diverse aspecten van) Volendam. Daarnaast kan gekeken worden naar een voorziening die zich meer richt op de doelgroep(en) die de gemeente in de toekomst sterker wil aantrekken. Interessante voorbeelden van mooie op de cultuur-(historie) gerichte slechtweervoorzieningen zijn: de Royal Delft Experience (bijv. zelf vazen Delftsblauw te schilderen), het Visserijmuseum Vlaarding (een kijkje nemen op een zeillogger), het Vermeer Centrum Delft (experimenteren met een camera obscura),

het Jheronimus Bosch Art Center (maken van paneelschilderijen in het atelier) en het Scheepvaartmuseum (het virtueel ervaren van een avontuur op zee).



Strategische issue 3

Wat moet aan het fysieke decor van Volendam worden gedaan om nog beter te kunnen inspelen op de groeiende (cultuur)toeristische vraag?

De Dijk is verworden tot een gebied van souvenirwinkels en café-restaurants, waarbij grote, veelal niet in de stijl van de bebouwing passende reclameborden het karakteristieke beeld van De Dijk verstoren. Daarnaast is de karakteristieke bebouwing vaak niet in optimale staat, net zomin als de ruimtelijke inrichting en het onderhoud daarvan (slecht onderhouden trapjes vanaf De Dijk het dorp in en het ontbreken van voetpaden). Het schilderachtige, karakteristieke Volendam is inmiddels verdrongen door een schreeuwerige Dijk en de slijtage in het decor. Om de (cultuur)toerist te trekken moet 'het decor' worden aangepakt.

Potentiële actie

Fotogeniek Volendam

Dit project zet erop in om Volendam weer fotogeniek te maken, gebaseerd op het oude, schilderachtige Volendam. Het straatbeeld wordt (mogelijk aan de hand van gedefinieerde kwaliteitsniveaus) – met name in het centrum – door diverse kleine ingrepen verfraaid.

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Edam, Volendam en Zeevang aan het water beter benutten



Strategische issue 4

Hoe kunnen Edam en Volendam zich aantrekkelijker maken voor watertoerisme aan het IJsselmeer/Markermeer, zodat ze kunnen concurreren met andere steden die zich profileren op het gebied van watertoerisme?

Met de aantrekkelijke ligging aan het water, het imago van Volendam als vissersdorp, de charmante grachten in Edam en ook Zeevang met zijn ligging aan het Markermeer, heeft de gemeente Edam-Volendam kansen om meer watertoerisme aan te trekken. Er bestaat echter een grote concurrentie van andere, goed geoutilleerde, aantrekkelijke havensteden in de nabije omgeving, zoals Medemblik

en Monnickendam. Het contact met en de beleving van het water door de toerist kan veel meer worden versterkt.

Het slechts in beperkte mate kunnen ervaren en beleven van Volendam als voormalig vissersdorp en als dorp aan het water, het slechts in geringe mate gebruiken van het water in de promotie, het onvoldoende benutten van de grachten in Edam, zijn aanknopingspunten om het watertoerisme te verbeteren en te vergroten. Er zijn genoeg *Unique Selling Points* met de Volendammer Kwakken (grote botters die alleen in Volendam voorkwamen), de charmante Edamse grachten, de strategische, bereikbare ligging van de Volendamse haven en de toekomstige nieuwe steiger voor de Bruine Vloot in Zeevang.

Potentiële acties

Opknappen havenfaciliteiten

Om watertoerisme aantrekkelijk te maken zijn goede havenfaciliteiten noodzakelijk. Met de havenfaciliteiten in zowel Edam als Volendam is het echter matig gesteld. Volgens een haveninventarisatie uit 2011, een kleinschalig onderzoek gehouden onder havenmeesters en schippers, eindigen de havenfaciliteiten van Edam (score 5,7) en Volendam (5,3) ruim onder bijvoorbeeld Monnickendam (7,5) en Medemblik (6,9). Voorzieningen als voldoende stroom en een bunkerstation (tankstation) zijn niet aanwezig en daarnaast zijn volgens het onderzoek de sanitaire voorzieningen in Edam onvoldoende. Uit onze online enquête is tevens gebleken dat voor zowel ondernemers als raadsleden het verbeteren van de havenfaciliteiten de belangrijkste prioriteit is voor toerisme in Volendam. Met het opknappen van de havenfaciliteiten stimuleert Volendam het toerisme door de aantrekkelijkheid van het dorp voor bezoekers per boot (de Bruine Vloot en pleziervaart) te verbeteren. Hierdoor wordt de levendigheid in de haven gestimuleerd en worden meer associaties met een voormalige vissershaven gecreëerd. Inmiddels heeft de

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

gemeente eerste duurzame investeringen gedaan in de haven van Volendam, zoals natuur- en milieu informatie voor passanten (fiets-, wandel- en vaarroutes met hierbij de nodige natuurinformatie) en de realisering van een opvang voor milieugevaarlijke stoffen. Dit heeft tot gevolg gehad dat de Volendammer haven nu de Blauwe Vlag mag voeren. Om een en ander nog verder richting te geven, dient een havenvisie te worden ontwikkeld waarin de gemeente het kwaliteitsniveau van de havenfaciliteiten formuleert. Daarnaast werden ook in Edam de faciliteiten verbeterd door het opknappen van de buitenhaven.

Waterevenementen en -activiteiten

In dit project gaat het om het vergroten van het aantal activiteiten dat in de haven van Volendam en in de grachten van Edam plaatsvindt met het doel de levendigheid te verhogen. Er zijn diverse water-evenementen die momenteel plaatsvinden in de gemeente, zoals de Pieperrace in Volendam en de Waterdag in Edam. Ook is het sinds kort mogelijk om met een fluisterboot de gracht te bevaren. Hiernaast kunnen meer activiteiten/evenementen worden bedacht om Edam-Volendam meer als watergemeente op de kaart te zetten:

- onderzoeken van de mogelijkheid om bezoekers mee te laten varen op vissersboten;
- aantrekken van de Bruine Vloot;
- organiseren van klassieke grachtenconcerten/-festivals in Edam, die passen bij de sfeer van de stad;
- verhuren van waterfietsen en/of kano's om de grachten in Edam meer te kunnen beleven.



6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Samenwerken in en om Edam-Volendam



Strategische issue 5

Hoe kan de samenwerking tussen Edam en Volendam worden verbeterd, geïntensiveerd en geprofessionaliseerd met het doel beter te kunnen inspelen op de kansrijke markten (cultuurtoeristisch geïnteresseerden, senioren en de nabijheid van Amsterdam met veel toeristen) en daarnaast ook de concurrentie het hoofd te kunnen bieden?

De samenwerking tussen de VVV Edam en de VVV Volendam is in de afgelopen jaren duidelijk verbeterd. Dit is deels te zien op de websites van beide VVV's. Op de website van de VVV Edam wordt onder het kopje 'omgeving' onder andere een fietsroute 'Rondje Gouwzee' gepromoot die via Volendam en Monnickendam terug naar Edam voert. Echter, op de website van de VVV Volendam ontbreekt Edam nog steeds in het rijtje van interessante dorpen en stadjes in de omgeving.

Er zijn meerdere redenen om de samenwerking tussen de betrokkenen die het toerisme in Edam en Volendam promoten, verder te intensiveren en te professionaliseren:

- **Sterke en heldere profielen:** het is noodzakelijk zich duidelijk te profileren ten opzichte van andere aantrekkelijke dorpen en stadjes in Noord-Holland die ook inzetten op de versterking van hun toeristisch product en de promotie daarvan, zoals bijv. de Zaanse Schans.
- **De klant is koning:** een goede serviceverlening aan de (potentiële) toerist is zeer wenselijk. De bezoekers zijn niet geïnteresseerd in bestuurlijke grenzen en interne verhoudingen.
- **Professionalisering:** om aan de wensen en eisen van de hedendaagse consument/toerist te voldoen, is een professionele toeristische dienstverlening noodzakelijk.
- **Samen sta je sterk:** in de verdringingsmarkt met sterke concurrentie is het wenselijk dan wel noodzakelijk om krachten te bundelen en zo een plaats, gemeente en/of regio goed te kunnen promoten. In dat kader is ook de ambtelijke en bestuurlijke samenwerking op regionaal niveau essentieel. Alleen door regionale samenwerking en afstemming is het spreiden van bezoekers in ruimte en tijd kansrijk.

Naast de VVV's zijn er ook nog twee andere organisaties die relevant zijn voor de marketing en/of promotie voor Edam-Volendam:

- **Bureau Toerisme Laag Holland (BTLH)** die voor de marketing en promotie van de regio Laag Holland zorgt; en
- **Amsterdam Marketing** die verantwoordelijk is voor de marketing voor de metropoolregio.

Door actief gebruik te maken van de mogelijkheden die deze twee organisaties bieden, kunnen de VVV's focussen op de taken waar ze goed in zijn en waarvoor ze gesubsidieerd worden.

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

- De **VVV's** zorgen voor het gastheerschap ter plekke, houden hun websites actueel, melden knelpunten, ontwikkelen arrangementen in samenwerking met BTLH, leveren input aan BTLH en Amsterdam Marketing, geven invulling aan het toeristische ideeën-programma, etc. Kortom: de VVV's zijn een belangrijke schakel tussen het lokale en regionale niveau. Ook zijn de VVV's bij uitstek de organisaties die een coördinerende rol zouden kunnen vervullen voor de toeristische sector en als zodanig als één organisatie zouden kunnen opereren.

Met deze drie organisaties (VVV's, BTLH en Amsterdam Marketing) wordt een passende invulling gegeven aan de marketing en promotie van de gemeente op de verschillende niveaus. De gemeente dient voor de uitwisseling tussen deze organisaties te (laten)zorgen, zodat alle betrokkenen op de hoogte zijn van wat er op het gebied van marketing en promotie van Edam-Volendam speelt.

Potentiële acties

- Om goed geïnformeerd te zijn over het product van Edam én Volendam én Zeevang kunnen de baliemedewerkers van de VVV's regelmatig rouleren. Zo zijn ze in staat alle drie toeristische producten op een wervende manier te promoten en houden ze daarnaast elkaar scherp wat betreft eventuele verbeterpunten.
- Daarnaast is het belangrijk dat in de besturen van de VVV's samengesteld zijn uit bestuursleden uit zowel Edam als Volendam. Op die manier wordt de kans verhoogd op een meer integrale blik op de gemeente.
- Bureau Toerisme Laag Holland zou het voor zijn rekening kunnen nemen om trainingen te verzorgen voor de vrijwilligers van de verschillende VVV's van de aangesloten gemeenten. Ook op deze

manier zou de regionale samenwerking tussen de VVV's en de uitwisseling van kennis een impuls kunnen krijgen.

- Kiezen: een interessante selectie maken van het aanbod zodat bezoekers meer worden verleid om Edam en/of Volendam en/of de omgeving/Zeevang te bezoeken. In het verlengde hiervan kan ook worden bepaald welk aanbod in de etalage van iamsterdam.com en eventueel ook op de website van Bureau Toerisme Laag Holland moet komen.



6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Zet nieuwe media in

Hieronder benoemen we enkele aandachtspunten die relevant zijn voor Edam en/of Volendam en/of Zeevang, maar die niet per se onder een van de ontwikkelrichtingen vallen.

Strategische issue 6

Hoe kunnen Edam, Volendam en Zeevang meer de verbinding aangaan met de omgeving met als doel zich meer collectief in de markt te zetten en zich daardoor beter van de concurrerende regio's te onderscheiden?

In de huidige situatie verwijzen de VVV-websites van beide plaatsen selectief naar plaatsen in de omgeving. De VVV Volendam doet dat in de vorm van een algemene beschrijving van de omgeving, waarin diverse plaatsen worden genoemd. De VVV Edam biedt routes en voorzieningen in de omgeving. Kortom: er is weinig samenhang tussen Edam-Volendam en de regio eromheen, laat staan dat deze op een wervende manier bij de bezoekers van de website onder de aandacht wordt gebracht.

Potentiële actie

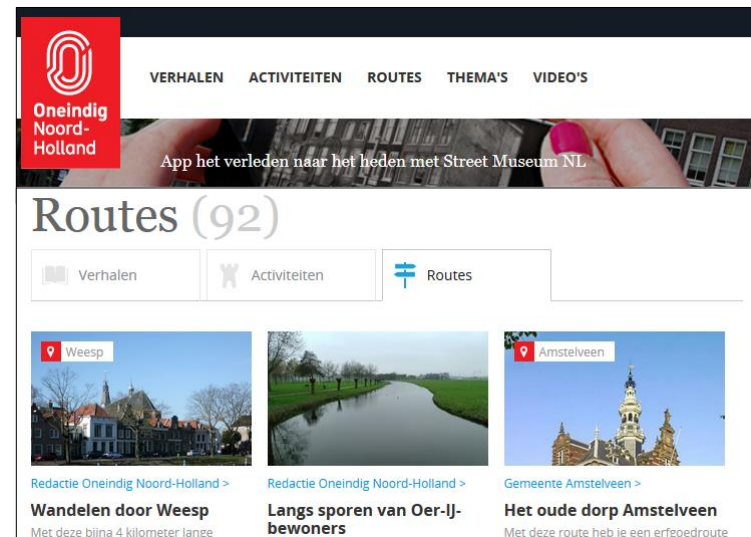
Samenstellen van een online 'routestore'

Momenteel is er voor de regio rondom Edam-Volendam al een aanzienlijk aantal routes ontwikkeld. Voorbeelden zijn de 'Waterlandse Muurgedichten-route' en 'De Beemsteroute' en routes zoals de 'QR Kerkenroute Zeevang'. De routes worden via diverse websites aangeboden: de eigen VVV-websites, de website van Bureau Toerisme Laag Holland en de website van Oneindig Noord-Holland en waarschijnlijk zijn er nog meer. Hiervoor dient op de (nieuwe) eigen website een plek worden gecreëerd, waar deze routes c.q. de links ernaartoe gebundeld worden (online 'routestore'). Op die manier krijgt de consument snel een overzicht van het routeaanbod in de regio.

Referentieproject

Oneindig Noord-Holland

Oneindig Noord-Holland is een groeiend platform van verhalen, beelden, video's en geluidsfragmenten over het rijke verleden van Noord-Holland. Oneindig Noord-Holland verbindt de verhalen achter historische gebeurtenissen, mensen, plekken en monumenten, met collecties van musea, archieven en culturele instellingen. Daarmee wordt het rijke verleden van Noord-Holland tot leven gebracht en wordt een brug geslagen tussen vroeger en nu. Het hart van Oneindig Noord-Holland vormt de gelijknamige website, een virtuele wereld, waar alle verhalen en routes een plek krijgen. Ook in de werkelijke wereld is Oneindig Noord-Holland op veel manieren aanwezig. Op straat bij monumenten, bij exposities en culturele evenementen, in de media, via applicaties op de mobiele telefoon en dus ook in het landschap via routes en informatieborden. De gemeente Edam-Volendam is een van de vele partners van Oneindig Noord-Holland.



6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Strategische issue 7

Hoe kan het beschermde stadsgezicht van Edam nog beter zicht-/beleefbaar worden gemaakt voor bezoekers die geïnteresseerd zijn in authenticiteit en cultuurtoerisme?

Edam is een fraai en compact stadje, dat met zijn goed bewaard gebleven gevels, pleinen, grachten, bruggen en monumentale gebouwen bijna lijkt op een openluchtmuseum. Kortom: veel fraais om te zien, maar tegelijkertijd ook vrij statisch. En zoals musea in de huidige tijd hun best moeten doen om aantrekkelijk te blijven voor bezoekers, bijvoorbeeld door wisseltentoonstellingen en/of diverse activiteiten te organiseren, zo dient ook Edam in te zetten op een actievere beleving van haar erfgoed.

Potentiële actie

Zichtbaar maken van het verleden

Van de bezoekers die door de smalle straatjes en langs de grachten in Edam zijn gewandeld, zal menig een zich hebben afgevraagd wat zich in het verleden achter de gevels, op de pleinen en aan de grachten heeft afgespeeld. Om dit specifieke culturele erfgoed zichtbaar te maken is Oneindig Noord-Holland gestart met de Street Museum NL App (gratis beschikbaar in de App Store en Android Market). Street Museum NL haalt het verleden naar het heden met ruim 1.000 Noord-Hollandse afbeeldingen uit collecties van musea en archieven. De app toont oude foto's, ansichtkaarten en schilderijen door heel Noord-Holland in het straatbeeld van vandaag.

Hoe werkt dat? De gebruiker richt de camera van z'n smartphone op de historische plek. Street Museum NL herkent waar hij staat en toont dan een beeld van vroeger in het beeld van nu. Via Twitter of e-mail kan men de historische afbeelding delen met vrienden. Een Google

Maps-kaart geeft aan waar in de buurt nog meer historische beelden zijn te ontdekken. De app geeft ook veel toeristische informatie, zoals VVV's, restaurants en fietsverhuur.

Edam dient te kijken welke oude foto's, ansichtkaarten en schilderijen uit Edam en omgeving in de Street Museum NL App kunnen worden opgenomen, zodat bezoekers aan de stad met behulp van hun smartphone meer te weten komen over de gebeurtenissen in het verleden.



Foto: Oneindig Noord-Holland

6. Mogelijke ontwikkelrichtingen en kansen

Strategische issue 8

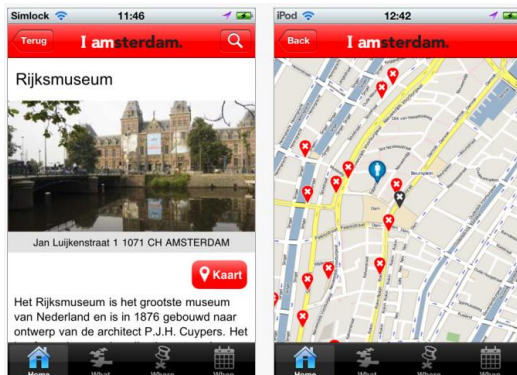
Hoe kunnen sociale media beter worden ingezet om te profiteren van onder andere de nabijheid van de grote groep toeristen in Amsterdam?

De gemeente Edam-Volendam ligt op een steenworp afstand van Amsterdam. Voor bewoners van Amsterdam, en meer nog voor de bezoekers van de stad, geldt dat ze vaak onbekend zijn met het aanbod van Edam, Volendam en Zeevang. Om hierin verandering te brengen, is het belangrijk interessante informatie over het gebied voor hen makkelijk toegankelijk te maken. Door de toenemende belangstelling voor authenticiteit kunnen Edam (als voormalig Zuiderzeestadje), Volendam (als Oudhollands vissersdorp) en Zeevang als het Oud-Hollands landschap als aantrekkelijke bestemmingen nog beter in de markt worden gezet.

Potentiële actie

Ontwikkelen van 'Amsterdam Bezoeken Holland Zien'-app

Aansluitend op de app Iamsterdam dient er ook een app te komen die de bezoekers en/of bewoners vanuit Amsterdam verleidt om een



bezoek te brengen aan bezienswaardigheden in de Metropoolregio Amsterdam, waaronder Edam-Volendam.

Overig

Strategische issue 9

Hoe kan ervoor worden gezorgd dat het opkomende bustoerisme uit Azië en Oost-Europa beter gefaciliteerd wordt in Volendam?

Achtergrond informatie BRIC-landen*

Aantal gasten in

	2012	2014	Verwachting 2018
Brazilië	115.000	140.000	145.000 (3,6%)
Rusland	160.000	196.000	255.000 (30,1%)
China	190.000	250.000	440.000 (76%)
India	78.000	n.b.	n.b.

Verwachting: de grootste groei wordt verwacht vanuit China (groeijende middenklasse die internationaal gaat reizen; in eerste instantie in groepsverband). De Holland Alliantie (NBTC, KLM, Amsterdam Airport Schiphol en Amsterdam) richt zich in China op de promotie van Nederland als aantrekkelijke bestemming. Daarvoor worden (online) marketingactiviteiten ontwikkeld voor Trade, Pers & PR en de consument.

Potentiële actie

Er dient goede toeristische bewegwijzering te komen naar de gemeente en naar de toeristische centra van Edam en Volendam. Verder dient er zowel in Volendam als Edam gezorgd te worden voor goede parkeergelegenheden voor bussen.

Bijlagen



Bronnen en betrokkenen



Bronnen en betrokkenen

Bronnen

- ABHZ rapportage 2014, Amsterdam Marketing. Amsterdam Bezoeken, Holland Zien 2013-2016. Inhoudelijke rapportage uitvoeringsjaar 2014
- Beleidsnota, Gemeentelijk Verkeer- en Vervoersplan, gemeente Edam-Volendam, 2012
- Bouwstenen voor een Monumentenbeleid, Edam-Volendam 2010 – 2013, Gooijer Monumenten Advies, juli 2010
- Concept – Beeldkwaliteitsplan Oud Volendam (versie 2), Croonen Adviseurs West, 2008
- Concept Businesscase Etersheim, Gemeente Zeevang, projectgroep Etersheim, 4 september 2014
- Economische Agenda Edam-Volendam, Droogh Trommelen en Partners, 2012
- Edam-Volendam Bezoekersprofiel, bezoekersonderzoek Edam-Volendam 2012, ATCB, 2012
- Haveninventarisatie 2011, een inventarisatie van charterhavens in Nederland, BBZ Vereniging voor Beroepschartervaart, zonder jaartal
- Maatregeloverzicht GVVP Edam-Volendam, Gemeentelijk Verkeer- en Vervoersplan, gemeente Edam-Volendam, 2012
- Nota Toerisme en Recreatie Zeevang 2012-2015, Zeevang, zee van ruimte (geactualiseerde nota 2008-2011), gemeente Zeevang, augustus 2012
- Onderzoek economische impact riviercruise- en motorchartervaart in Noord-Holland 2012, Stichting Amsterdam Cruise Port, 2013
- Onderzoek verblijfsaccommodaties in de ISW-regio, LAGroup, 2014
- Quick scan toerisme Edam-Volendam, LAGroup, 2011
- Reclamenota, gemeente Edam-Volendam, 2000
- Schetsboek: beeldkwaliteitsplan Oud Volendam, Gemeente Edam-Volendam, Croonen Adviseurs West, 2008
- Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2015. Een stip op de horizon voor toerisme en zakelijk bezoek in de MRA in 2015, Kernteam Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2015 namens de Werkgroep Toerisme in de MRA, september 2014
- Structuurvisie Edam-Volendam 2020, RBOI – Rotterdam bv, 2009
- Terrassenbeleid Gemeente Edam-Volendam (concept), Sectie Bestuursondersteuning, 2011
- Toekomstvisie nieuwe gemeente Edam-Volendam, Samen meer kwaliteit, 10 november 2014
- Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2014, samenstelling NRIT Media, NBTC Holland Marketing en CELTH, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality
- Visiedocument Centrumgebied Edam, Croonen Adviseurs West, 2010
- Welstandsnota Edam-Volendam (deel 1), Stichting Welstandszorg Noord-Holland in samenwerking met Bureau Middelkoop, zonder jaartal
- Werken vanuit de basis, Coalitieakkoord Gemeente Edam-Volendam 2010-2014, 2010
- Werk aan de winkel, Coalitieakkoord Gemeente Edam-Volendam 2014-2016, 2014

Bronnen en betrokkenen

Betrokkenen

Gemeente Edam-Volendam (stuurgroep)

- Wim Rijkenberg, wethouder EZ/toerisme
- Marcella Wiffrie, beleidsmedewerker EZ/toerisme
- Roelf de Boer, afdelingshoofd afdeling VROM

Gemeente Zeevang

- Sonja van Zuilen-Ursem, beleidsmedewerker EZ/toerisme

College van B&W, gemeente Edam-Volendam

- W.J.F.M. van Beek, burgemeester
- Marisa Kes, wethouder
- Gina Kroon-Sombroek, wethouder
- Wim Rijkenberg, wethouder
- Dick Hendriks, gemeentesecretaris

Gemeenteraad Edam-Volendam

Presentaties in de Raad op 26 april 2012 en op 25 april 2013

Informerende bewonersavond Volendam (op 13 december 2012)

Presentatie en discussie ontwikkelinrichtingen en kansen, circa 30 bewoners, vooral woonachtig in de toeristische gebieden van Volendam

Brede bijeenkomst met de toeristische de sector (op 13 oktober 2011)

Presentatie en terugkoppeling van de quick scan toerisme aan circa 30 vertegenwoordigers

Bronnen en betrokkenen

Betrokkenen (vervolg)

Toeristische sector

Workshop toeristische ontwikkelingsmogelijkheden Edam
(20 augustus 2012)

- Esther Parfitt, Bureau Toerisme Laag Holland
- Frans Kuiper, Edams Museum
- Friet Ton, Ton Tweewielers Fietsverhuur
- Gerard Visser, Speciaalzaak Edam
- Hans Geusebroek, B&B Clear View
- Ingrid Ton, Ton Tweewielers Fietsverhuur
- Karin Dekker, Hotel Restaurant De Fortuna
- Klaas Dekker, Hotel Restaurant De Fortuna
- Kees Schardam, Gestam B.V.
- Kees Tol, Dagje Volendam
- Kees van Wissen, B&B Edam
- Louis Meerman, Strandbad Edam
- Marcella Wiffrie, gemeente Edam-Volendam
- Mardiek Voorneveld, Bureau Toerisme Laag Holland
- Marianne van Hell, VVV Edam
- Monica Ungheretti, Ondernemersvereniging Edam
- Peter Sluisman, Stichting Kaasmarkt Edam
- Wim Runderkamp, gemeente Edam-Volendam

Toeristische sector

Workshop toeristische ontwikkelingsmogelijkheden Volendam
(22 augustus 2012)

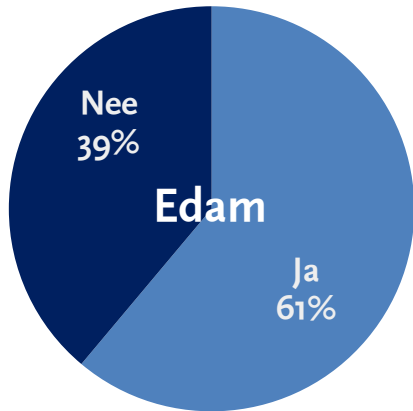
- A.C.M Jonk, Jonk-Keizer Souvenirs
- Danny van Noorden, KHN en visafslag
- Esther Parfitt, Bureau Toerisme Laag Holland
- Hans Duin, Hollandse Markt
- Herman Leenders, Tobben Gifts B.V.
- Jacco Simons, Jac Simons Souvenirs
- Jannig Kwakman, conservator Spaander collectie
- Kees Tol, Dagje Volendam
- Krelis Kes, Volendams Museum en gids
- Marcella Wiffrie, gemeente Edam-Volendam
- Mardiek Voorneveld, Bureau Toerisme Laag Holland
- Martin Valk, Stereo graphics
- Martin van Driest, Volendam 5D Experience
- Nico Schilder, Henri Willig Kaas B.V.
- Paulus van den Hogen, HCR Van den Hogen
- Ruud Visser, Volendam 5D Experience
- Svetlana Vygon, Voolenmaen
- Theo de Geus, Voolenmaen
- Wil Spanjer, FC Volendam
- Wim Runderkamp, gemeente Edam-Volendam
- Winfried Duin, Winfried Duin B.V.

Uitgebreide resultaten online enquête

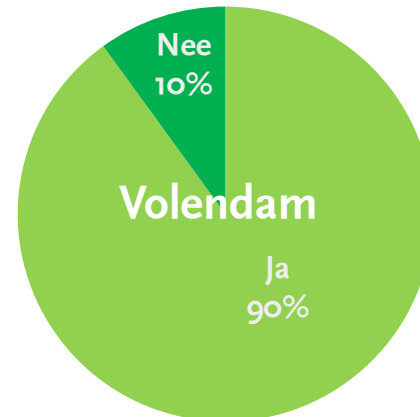
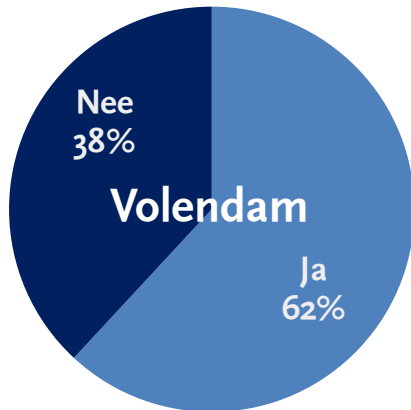
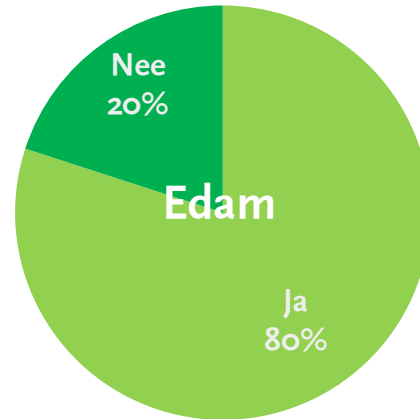


Zijn er aandachtspunten voor toerisme?

Ondernemers (n=113)



Raadsleden (n=10)



Prioriteiten voor toerisme in Edam



Ondernemers (n=69)



Raadsleden (n=8)



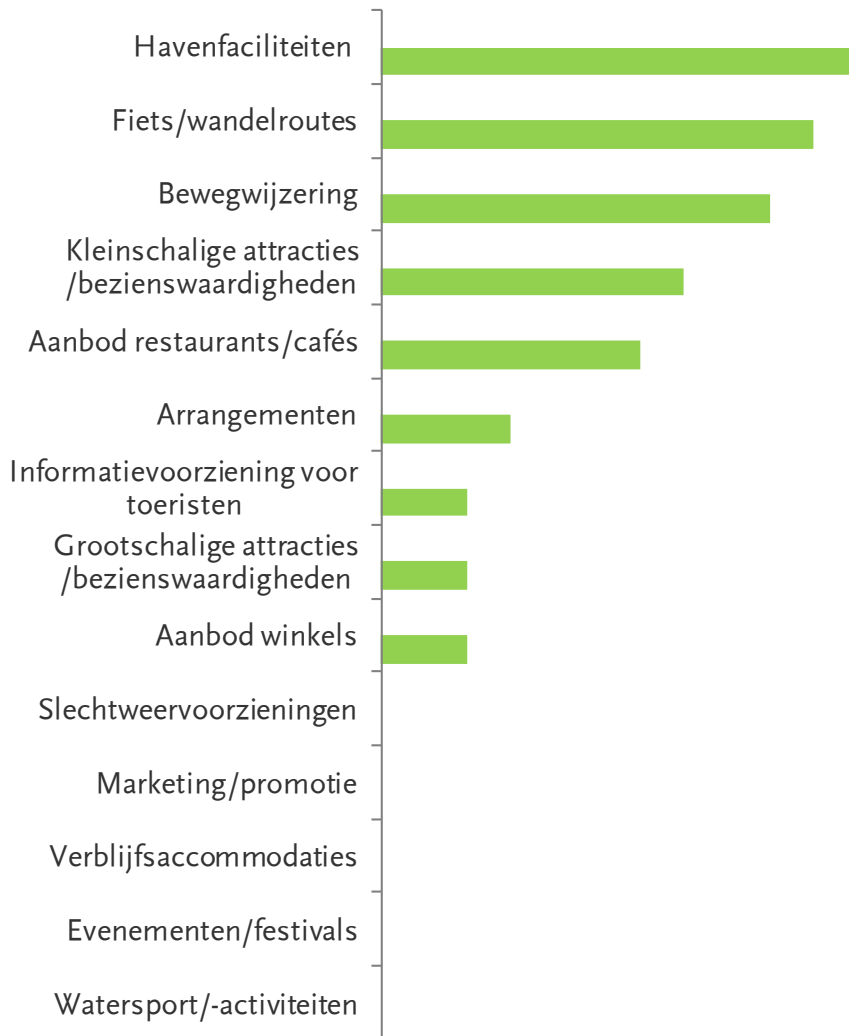
Prioriteiten voor toerisme in Volendam



Ondernemers (n=70)

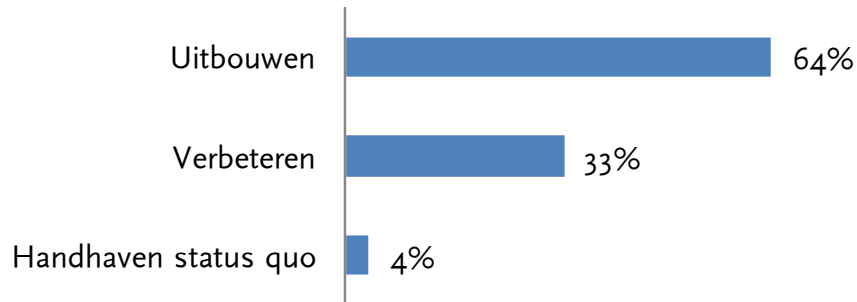


Raadsleden (n=9)

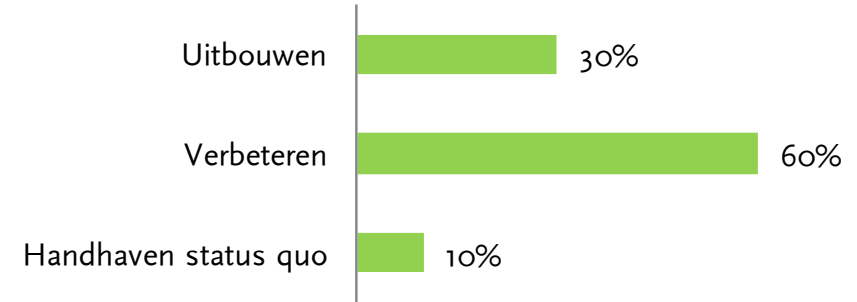


Ambitieniveau ontwikkeling toeristisch beleid

Ondernemers (n=113)



Raadsleden (n=10)



Uitbouwen: Edam en Volendam richten zich – behalve op het verbeteren van de basisvoorzieningen/de infrastructuur – op een verbetering van het toeristisch product, op de marketing daarvan en op een professionele organisatie die daarvoor verantwoordelijk is.

Verbeteren: de status quo wordt gehandhaafd en men zet in op het verbeteren van de basisvoorzieningen/de infrastructuur.

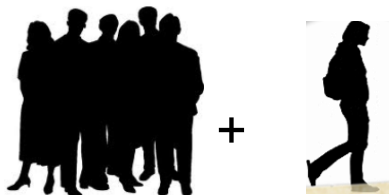
Handhaven status quo: de situatie blijft zoals die is en men gaat door op de huidige manier. Er wordt ad hoc gereageerd en niet ingezet op specifieke infrastructurele of kwaliteitsverbeteringen.

Primaire doelgroep(en)



Edam

67% 56%



Groepen en individuen

Volendam



78% 67%

31% 44%



Individue

11% 33%

2% 0%



Groepen

10% 0%

Primaire doelgroep(en)



Edam

60% 63%

62% 63%

19% 38%



Nederlandse
gezinnen



Nederlandse
ouderen



Nederlandse
jongeren

Volendam

65% 88%

42% 38%

28% 50%



56% 50%



Duitsers

54% 25%

32% 13%



Amerikanen

43% 25%

34 % 25%



Belgen

27% 13%

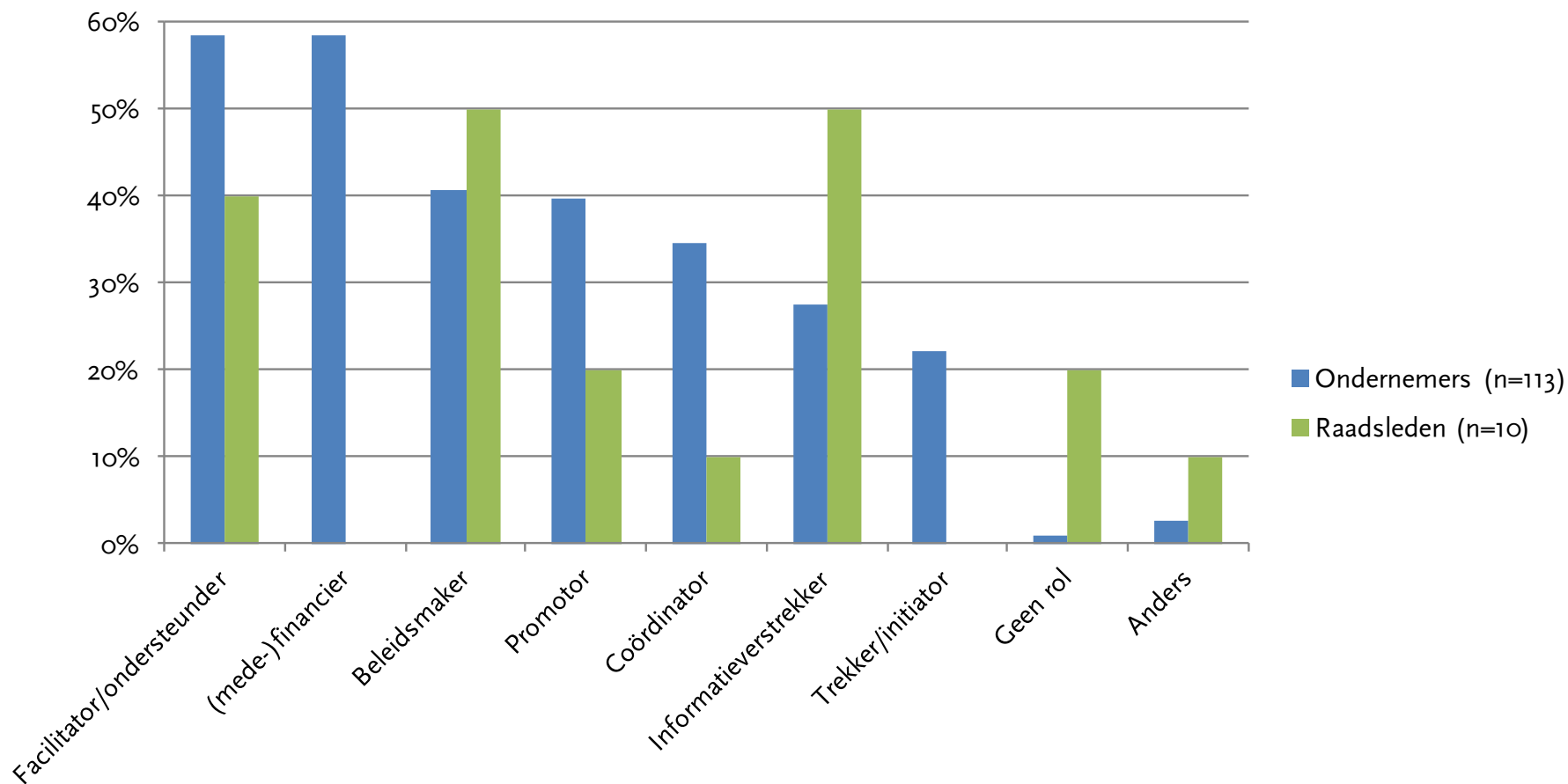
27% 13%



Chinezen

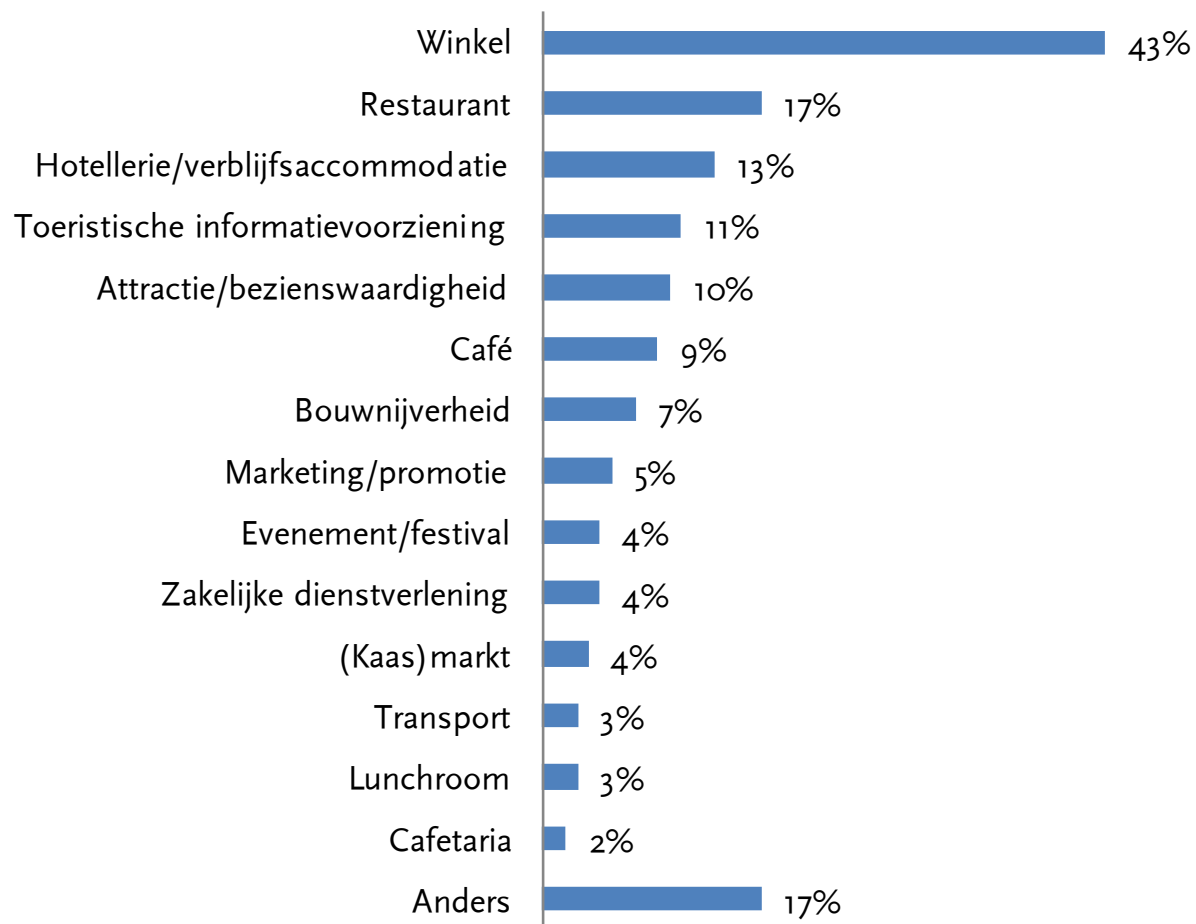
45% 25%

Rol van de gemeente

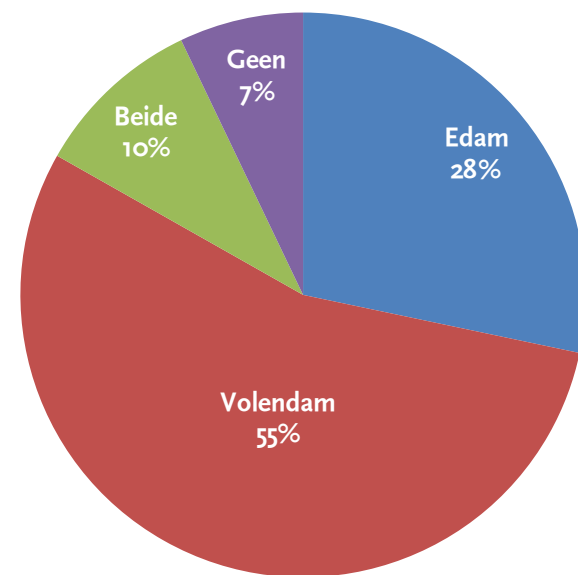


Ondernemers

Werkzaam in de deelgebieden ...



Werkzaam in de gemeente ...



Confrontatiematrices Edam en Volendam



Confrontatiematrices Edam en Volendam

In onderstaande confrontatiematrix zijn de sterktes, kansen, zwaktes en bedreigingen van/voor **Edam** weergegeven en tegen elkaar afgezet.

Confrontatiematrix Edam		Kansen					Bedreigingen	
		Groei cultuur- toerist. vraag	Groepstoeris- me uit Azië + Oost-Europa	Groeiend aantal senioren	Toename behoefte authenticiteit	Groei sociale media / e-tourism	Afname groeps- toerisme tradi- tionale landen	Concurrentie andere toerist. plaatsen
Sterktes	Naamsbekendheid c.q. imago Edam - kaasstad	...	..	..	...	..		...
	Sfeer + ambiance	..			...			
	Goed onderhouden monumenten Edam	...		...	...	..		
	Aantrekkelijke toeristische plaatsen in omgeving	...		...	...	..		...
	Nabijheid toeristen in Amsterdam	..	..			...		
Zwaktes	Bereikbaarheid + parkeergelegenheid			..		..		
	Statisch toeristisch product Edam	...		..	...	...		..
	Beperkt aanbod slechtweer- voorzieningen							
	Beperkte samenwerking tussen Edam + Volendam	...		..		...		...

Legenda importantie issues: ... = ontwikkelen, .. = mogelijk op termijn ontwikkelen, = niet relevant of niet van toepassing

Confrontatiematrices Edam en Volendam

In onderstaande confrontatiematrix zijn de sterktes, kansen, zwaktes en bedreigingen van/voor **Volendam** weergegeven en tegen elkaar afgezet.

Confrontatiematrix Volendam		Kansen					Bedreigingen	
		Groei cultuur- toerist. vraag	Groepstoeris- me uit Azië + Oost-Europa	Groeiend aantal senioren	Toename behoefte authenticiteit	Groei sociale media / e-tourism	Afname groeps- toerisme tradi- tionale landen	Concurrentie andere toerist. plaatsen
Sterktes	Naamsbekendheid c.q. imago Volendam - vissersdorp en/of palingsound	●●	●●●	●●	●●●	●●		●●●
	Sfeer + ambiance		●●●		●●●			
	Aantrekkelijke toeristische plaatsen in omgeving	●●●		●●●	●●●	●●		●●●
	Nabijheid toeristen in Amsterdam	●●	●●●			●●●	●●	
Zwaktes	Bereikbaarheid + parkeergelegenheid		●●●	●●●		●●		●●●
	Slijtage decor/beperkte beleving vissersdorp/schreeuwerig karakter van de Dijk	●●●	●●	●●	●●			●●
	Beperkt aanbod slechtweer- voorzieningen			●●				●●
	Beperkte havenfaciliteiten			●●				●●●
	Beperkte samenwerking tussen Edam + Volendam	●●●		●●	●●	●●●		●●●

Legenda importantie issues: ●●● = ontwikkelen, ●● = mogelijk op termijn ontwikkelen, = niet relevant of niet van toepassing

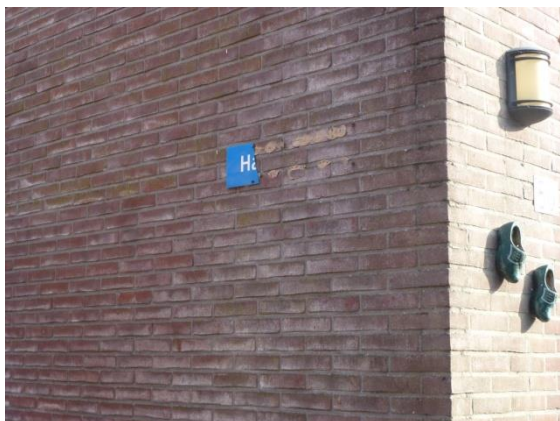
Beeldverhaal openbare ruimte Volendam



Rommelige openbare ruimte



Bijzondere borden



Achterkanten



Colofon

De onderstaande personen hebben bijgedragen aan de totstandkoming van deze rapportage:

Gemeente Edam-Volendam

Wim Rijkenberg, wethouder Economische Zaken/toerisme
Marcella Wiffrie, beleidsmedewerker Economische Zaken/toerisme
Roelf de Boer, afdelingshoofd VROM

Gemeente Zeevang

Sonja van Zuilen-Ursem, beleidsmedewerker Economische Zaken/toerisme

Onderzoeksteam LAgrouP

Stephen Hodes
Birte Querl
Daniële Streep

29 oktober 2015 vastgesteld

LAgrouP

Postbus 1558
1000 BN Amsterdam
W www.LAgrouP.nl
E birtequerl@LAgrouP.nl
T 020-5502020

